Paolo Del Forno e Francesco Perilli

LA RADIO

...CHE STORIA!

I racconti inauditi delle voci private

Prefazione di Maurizio Costanzo e Fiorello

INTERFERENZE DI RENZO ARBORE

EDIZIONI LAURUS S.p.A. BERGAMO
FINITO DI STAMPARE NEL MESE DI MARZO 1997

VISIT…

Indice

LA RADIO ... 1
...CHE STORIA! ... 1
Prefazione ... 3
Introduzione ... 6
AM-FM ... 8
Dal bianco e nero ai colori ... 8
RADIO MONTECARLO ... 14
Un posto al sole ... 14
RADIO ONE-O-ONE ... 28
La scoperta dell'America ... 28
RADIO 105 ... 43
La prima in tutta Italia ... 43
RADIO DEE JAY ... 58
La tv accende la radio ... 58
RADIO DIMENSIONE SUONO ... 71
A Roma non solo RAI ... 71
RADIO KISS KISS ... 78
L'onda lunga del Golfo ... 78
RTL 102.5 ... 84
Prima di tutto farsi trovare ... 84
RADIO ITALIA SOLO MUSICA ITALIANA ... 91
La rivincita del made in Italy ... 91
RADIO CAPITAL ... 98
L'ultima di Cecchetto ... 98
Ringraziamenti ... 103
Bibliografia ... 104

Gli Autori

PAOLO DEL FORNO, nato a Milano il 23 maggio del 1956, è giornalista professionista dal 1983. Laureato in Lettere, ha sempre lavorato nell'emittenza radiofonica: nel 1977 a Radio Milano Libera, quindi a Radio Città di Milano e nel 1981 a Gamma Radio.

Dopo alcune esperienze come programmista in Rai è passato nel 1985 a Radio 105. Dal 1989 dirige la redazione del network milanese e dal 1994 ricopre lo stesso ruolo a Radio Montecarlo. Sotto la sua guida la redazione di Radio 105 ha vinto nel 1993 con *Infotraffic* l'Oscar della Radio per il miglior programma d'informazione, e nel 1996, con *Autotraffic*, il *Telegatto* d'argento per la miglior trasmissione radiofonica di servizio.

FRANCESCO PERILLI, nato a Milano il 31 marzo del 1969. Dopo la maturità psicopedagogica studia sociologia all'Università di Trento.

È giornalista professionista dal 1996. Dopo aver lavorato come disc-jockey e direttore artistico in alcune radio locali, dal '90 al '94 conduce il telegiornale del network Rete A .il telegiornale del network Rete A .

Nel '92, e nei due anni successivi, collabora con Radio 105.

Dal 1994 lavora a Radio Montecarlo occupandosi dei notiziari e del programma Anteprima Sera; figura inoltre tra i corrispondenti della trasmissione *Good Morning Italia,* in onda su Telemontecarlo.

È fondatore e team manager della Nazionale Italiana Dee Jay delle Grandi Radio.

Prefazione

di
Maurizio Costanzo e Fiorello

Da ragazzo immaginavo di parlare al microfono e sono stato accontentato. Mi piace parlare alla radio e mi piace parlare di radio. Per questo apprezzo il libro di Del Forno e Perilli che hanno voluto raccontare la storia delle più importanti emittenti private nazionali.
Quando nacquero, le prime radio private si chiamavano "libere": libere, finalmente, da un monopolio che non consentiva deroghe, che non lasciava spazi a nessuno. Oggi, a distanza di molto tempo, si va consolidando in termini di ascolto un successo meritato dalla professionalità di chi lavora nei network radiofonici. Un lavoro duro e a volte sconosciuto che porta comunque buoni frutti: ha sempre avuto lunga vita in televisione chi ha cominciato la sua carriera artistica in radio.
La televisione, come diceva Mc Luhan, non è figlia dell'immagine ma della parola, è figlia... della radio. Quando è arrivata la televisione tutti hanno detto: per la radio è finita! Non è stato così. La radio, qualunque cosa accada, ce la farà sempre. Pubblica o privata ma principalmente privata, la radio ha una grande funzione di informazione e intrattenimento e permette di arrivare facilmente a un pubblico, come quello giovanile, altrimenti irraggiungibile.
Questo libro non è diretto agli addetti ai lavori ma piuttosto a chi ha imparato ad ascoltare la radio e privilegia le suggestioni che essa evoca. Attraverso queste pagine potrete conoscere la storia dei più importanti network radiofonici: vi troverete momenti pionieristici, ma anche la logica soddisfazione di chi è riuscito nell'intento.
Da sempre aspettavo un'occasione per ringraziare la radio.
L'ho trovata.

MAURIZIO COSTANZO

L'altro giorno guardavo la radio. La ascoltavo e la guardavo... la manopola, le luci... Che figata! Quante emozioni può suscitare una scatola nera, apparentemente insignificante. 'Sta cosa mi affascina, mi stimola il pensiero: quando ascolto ciò che esce da quella scatola immagino ciò che mi stanno dicendo, la faccia di quello che sta parlando, la sua espressione.
Tornerò in radio, perché è un'espressione di totale libertà. In tutti i sensi. Io ho fatto programmi radiofonici senza pantaloncini, in mutande, e nessuno ha potuto dirmi niente. In radio puoi lavorare di fantasia e soprattutto far lavorare di fantasia chi ti ascolta. Al microfono ho fatto molti personaggi, sono quelli che mi hanno lanciato. Questi personaggi in televisione non significherebbero nulla, non avrebbero successo.

Perché se li fai davanti alle telecamere la gente ti vede e quindi devi rispettare la mimica, non hai segreti, ed è lì che casca tutto. In radio, invece, non casca nulla. Tutto quello che dici ha un significato importante, perché chi ti ascolta dispone soltanto della tua voce e non viene distratto dalle immagini.
Mi piace tutto di questo mezzo: la professionalità dei grandi network, ma anche il carattere delle piccole realtà. Con il Karaoke ho girato tutta l'Italia e mi è capitato di sentire parecchie radio di quartiere che si occupavano dei piccoli grandi problemi, ma anche delle gioie di quel minuscolo bacino d'ascolto. Quella è vita, vita vera.
Oggi i volti dei personaggi radiofonici sono troppo noti grazie al connubio che esiste tra radio e televisione. Ma una volta non era così: tu sentivi una bella voce, magari di donna, e pensavi subito come poteva essere la persona a cui apparteneva quella voce.
Se ami veramente la radio puoi fare a meno di tutte le altre cose. Perché la radio ti fa amare tutto quello che non vedi.

FIORELLO

Introduzione

In Italia è possibile sintonizzarsi ogni giorno su almeno duemilacinquecento radio: una situazione unica al mondo.
Nel nostro Paese, il Paese del particolare, delle diversità, della varietà e degli squilibri, ogni radio è profondamente legata al territorio. Se avessimo voluto parlarne ci saremmo dovuti misurare con una, tante, troppe storie locali; anche se esemplari, sarebbero state comprensibili a pochi, escludendo una maggioranza che, non avendo mai ascoltato queste radio, non avrebbe avuto interesse a conoscerne la storia.
Abbiamo deciso quindi di limitare la nostra attenzione solo ai più importanti tra quelli che vengono generalmente definiti network privati, intendendo per network radio ascoltabili e riconoscibili come una, nella maggior parte della penisola: Radio Montecarlo, Radio One-o-One, Radio 105, Radio Dee Jay, Radio Dimensione Suono, Radio Kiss Kiss, RTL 102.5, Radio Italia Solo Musica Italiana, Radio Capital.
Non parleremo di Radio RAI, perché è proprio... un'altra storia! E poi, tanto è stato scritto sulla radio di Stato, così poco sulle private: una lacuna incredibile visto che ormai da alcuni anni le radio private nazionali hanno complessivamente più ascoltatori di Radio RAI.
Ed è in primo luogo per tutti gli ascoltatori che è stato scritto questo libro. Quindi pochi numeri per gli addetti ai lavori, poca fraseologia tecnica, nessuna tabella sui mercati pubblicitari, ma tante, tante storie.
Storie di imprenditori che con la voglia di fare hanno costruito dal nulla solide aziende, di disc-jockey e di tanti altri mestieri che prima non c'erano e che sono stati inventati con le radio.
Storie di programmi e di musica, di dischi e di discoteche, di stereo e di walkman, di tanti modi di ascoltare che cambiano e continuano a cambiare.
Storie anche personali, di amicizie e di incomprensioni, di momenti esaltanti, di circostanze curiose, di aneddoti... piccanti.
Abbiamo fatto raccontare tutto questo in prima persona ai protagonisti, limitando al massimo la nostra presenza, facendo esercizio di discrezione ma anche di curiosità, dimenticando la nostra personalità di gente che fa la radio e offrendo ai microfoni, per una volta, non tanto la voce, ma l'orecchio. È un libro ovviamente di parte: dedicando alla radio tanto tempo della nostra vita è stato difficile mantenere il distacco dalle vicende narrate.
Di buon grado, e a loro vanno i nostri ringraziamenti, Maurizio Costanzo e Fiorello hanno accettato di fermare nelle pagine introduttive il loro radio-pensiero.
Ma non è tutto: approfittando dell'instabile percezione dell'etere e delle difficoltà di una chiara sintonia, Renzo Arbore, ispiratore di quello spirito anticonformista che da

sempre attraversa le radio private, ci ha consentito di distribuire, qua e là nel libro, delle "interferenze".
Tra i vari titoli avevamo pensato anche a "La radio che non c'era". Provate a immaginare oggi di dover fare a meno della radio, la vostra, quella che ascoltate da sempre; provate a pensare ora di accenderla e di non trovare più niente di quello che siete abituati ad avere ogni giorno, ogni ora, ogni minuto, e che non è solo musica, ma tante, tante altre cose...
Una volta era così... ed eccoci al punto di partenza.
Buon ascolto!

AM-FM

Dal bianco e nero ai colori

Legge n. 223 del 6 agosto 1990

Disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato.

Titolo I, articolo 1 (Principi generali)

1. La diffusione di programmi radiofonici o televisivi, realizzata con qualsiasi mezzo tecnico, ha carattere di preminente interesse generale.

2. Il pluralismo, l'obiettività, la completezza e l'imparzialità dell'informazione, l'apertura alle diverse opinioni, tendenze politiche, sociali, culturali e religiose, nel rispetto delle libertà e dei diritti garantiti dalla Costituzione, rappresentano principi fondamentali del sistema radiotelevisivo che si realizza con il concorso di soggetti pubblici e privati ai sensi della presente legge.

Chi trent'anni fa avesse acceso la sua radio non avrebbe certo avuto l'imbarazzo della scelta; ruotando la manopola avrebbe attraversato vasti spazi di etere vuoto, avrebbe annaspato nel silenzio mentre si spostava fra le tre, quattro fonti sonore rappresentate dalle stazioni RAI e, se era fortunato e solo in alcune zone dell'Italia, da Radio Montecarlo. Un breve viaggio in un Paese radiofonico che condannava l'orecchio all'imperfezione, ai fruscii e alla piattezza delle onde medie.

Era tutto un altro continente la radio e, se vogliamo proprio fare un paragone, era ancora l'era della radio in bianco e nero.

All'inizio degli anni Sessanta le nuove generazioni cominciano ad attrezzarsi: per la prima volta i giovani possono spendere e tra gli acquisti principali ci sono libri e dischi, le paghette vanno via per ballare e per il juke-box. Cresce la voglia di musica e l'isteria che nel 1965 accompagna il concerto dei Beatles al Vigorelli di Milano la dice lunga. Ma questa musica, sulla radio di Stato, è difficile trovarla.

Nella seconda metà degli anni Sessanta appaiono all'orizzonte alcune novità. Si diffondono i racconti di fantomatiche radio pirata, portati in Italia dai privilegiati reduci dei primi, mitici, viaggi nella *swinging London* dei Rolling Stones, dei Beatles e di Carnaby Street; i più *scafati*, in crisi d'astinenza per la mancanza di novità musicali, affrontano l'avventuroso tentativo di premere qualche pulsante in più della propria radio per scandagliare l'imperscrutabile fruscio: obbiettivo, la musica. Ecco che, preferibilmente nelle ore notturne e appartate, le orecchie cominciano ad abituarsi a quello stile inconsueto e a quella musica proibita che valica le Alpi a cavallo delle emissioni di Radio Luxembourg. Un prodotto da esportazione che diffonde le stesse note delle radio pirata che dal mare inondano di musica proibita le coste della Gran Bretagna e dell'Olanda.

Prodotto da esportazione è, a partire dal 1966, anche Radio Montecarlo, colonna sonora delle onde estive che lambiscono la costa tirrenica: quando i mangiadischi riposano dalle indigestioni di 45 giri, i transistor si sintonizzano sulla vacanza e sulla voglia di sorridere delle voci monegasche: Herbert Pagani, Robertino Arnaldi. Una radio senza fine e finalità, fatta così, per gioco... per divertirsi!

Anche la RAI viene investita dal vento di rinnovamento che, prima oltrefrontiera e poi entro i nostri confini, agita il mondo giovanile; anche se attutiti arrivano gli echi, sempre più forti, della contestazione. Sugli striscioni portati in piazza dagli studenti del Maggio parigino c'è scritto: "Attenzione, la radio mente!". La radio, come gli altri media, è considerata solo un altoparlante del potere! Negli studi di via Asiago a Roma si affaccia una nuova generazione di conduttori, e sulle onde di Stato si alza *Bandiera Gialla*, programma che prende il nome da una famosa canzone di Gianni Pettenati: siamo nel 1965. Nel linguaggio marinaro bandiera gialla indica appestati a bordo e Luciano Rispoli, responsabile di struttura, mette al timone della trasmissione un duo che farà molta strada: Renzo Arbore e Gianni Boncompagni. Impegnati a superare l'attenta vigilanza dei controllori della musica RAI, i nostri si muovono a fatica tra le maglie della censura; consultano il quadernetto dei titoli proibiti e cercano di aggirare le condanne alla segregazione inflitte dai maestri di musica a Mina, ai Beatles e agli altri gruppi e cantanti alternativi. Altra riserva indiana di musica eversiva è *Per voi giovani*, che nasce nel 1966. Ma è con *Alto Gradimento*, sempre condotto da Renzo Arbore e Gianni Boncompagni, che si raggiungono i

massimi livelli di creatività possibili in RAI. Un programma cult che durerà fino al 1982 e sarà fonte d'ispirazione per le radio private. Non solo, c'è anche *Chiamate Roma 3131* con gli ascoltatori che per la prima volta, grazie al telefono, entrano decisamente in radio; ci sono *Hit Parade, Buona Domenica* e *Gran Varietà*.

Sotto la guida di Leone Piccioni, direttore centrale per la radio, negli studi della RAI sono al lavoro oltre ad Arbore e Boncompagni, Franco Moccagatta e Maurizio Costanzo. Gira aria nuova, il linguaggio passa da quello scritto degli annunciatori a quello parlato dei conduttori, ma il tentativo di adeguare la radio di Stato alle mutate esigenze dell'ascoltatore dura poco: arriva la televisione, che nel 1965 è già nelle case di metà delle famiglie italiane. La radio si avvia rapidamente verso l'oblio. La riforma del 1975, le successive rivoluzioni repentine ai vertici dell'azienda dettate dalla lottizzazione partitica, impediscono ogni serio tentativo di rinnovamento.

Suona musica nuova invece Radio Montecarlo, che può approfittare delle esperienze più aperte del mondo radiofonico francese. Arriva ai microfoni una nuova generazione di giovani conduttori: Awanagana, Federico l'Olandese Volante, Luisella Berrino. La radio del Principato rafforza il suo posto al sole in quello che, ancora per poco, è il deserto dell'etere: all'orizzonte infatti già si intravedono tante piccole antenne.

Le radio private cominciano a trasmettere negli ultimi mesi del 1974 procedendo lungo la strada aperta da alcune esperienze di trasmissione televisiva via cavo (Telebiella) con cui la legge ha già regolato i conti. A chi vada cronologicamente la palma del debutto forse non si saprà mai: nel novembre di quell'anno, riportano le cronache, Radio Bologna irradia sperimentalmente da una roulotte parcheggiata sulle colline sovrastanti il capoluogo emiliano. Prove di trasmissione nello stesso periodo anche per Radio Valle Camonica, mentre Radio Parma sostiene di aver acceso il segnale il 1 ° gennaio del 1975.

La prima vera radio non sperimentale e dichiaratamente commerciale nasce il 10 marzo del 1975 ed è Radio Milano International. Nel corso dell'anno tra giochi a rimpiattino con la polizia, sequestri e dissequestri di impianti e sentenze pretorili, lo stivale si popola di altre 150 radio, cui la Corte Costituzionale concede piena cittadinanza l'anno dopo. È il 28 luglio del 1976 quando cade il monopolio della radio di Stato per le trasmissioni locali.

All'origine della fioritura delle radio private tanti stimoli diversi: l'affermazione dell'identità locale, la necessità di cercare sempre più consensi da parte dell'attivismo politico giovanile, l'aumentata richiesta di libera espressione di opinioni ed energie vitali. Le radio private scelgono di trasmettere sulla banda FM, modulazione di frequenza, innanzitutto perché è completamente libera, poi perché la qualità della musica trasmessa viene valorizzata rispetto all'emissione in AM, modulazione di ampiezza (quella della RAI), ma soprattutto perché ci si deve fare sentire solo in una zona circoscritta e la spesa per i trasmettitori è alla portata delle tasche di molti.

Per gli ascoltatori la nascita delle radio private è la scoperta di un nuovo continente, è la scoperta dell'America: s'inizia un viaggio verso sperimentazioni sonore e nuovi lidi musicali caratterizzati da una grande (e a volte smodata) vitalità espressiva, in piena libertà sia di parola che di suono.

Un po' per volta i tasti AM delle radio vengono dimenticati, mentre l'FM chiede

ricevitori più potenti e la radiolina di plastica a transistor diventa insufficiente per accogliere degnamente le nuove sonorità: arriva lo stereo e comincia la manna per l'industria del suono, hi-fi, dischi, giradischi e registratori. Se i primi impianti sono tutti residuati bellici, di lì a poco, kilowatt dopo kilowatt, la necessità di alzare il volume per farsi sentire nella congestionata folla delle radio farà la fortuna dei venditori di trasmettitori.

L'etere si riempie e la banda di sintonia riserva ogni giorno nuove sorprese: alberi più o meno robusti cominciano a infoltire quella che, in un Paese dove non si conoscono divieti e si fa a meno delle regole, viene subito chiamata "giungla". Lo sviluppo è impetuoso e nel giro di pochi anni l'Italia diventa, dopo gli Stati Uniti, il Paese nel mondo con la più alta densità di emittenti in rapporto alla popolazione: dieci anni fa erano 4.200 e ancora fino a 5 anni fa l'Italia contava 2.500 stazioni radio, contro le 1.621 della Francia, le 902 della Spagna, le 145 del Regno Unito.

All'inizio, tutte erano uguali nella loro varietà. Nell'etere milanese, che svolge una funzione pilota, c'è di tutto: si va dalla radio come Milano International che, ricalcando i modelli americani, si alimenta dei più aggiornati suoni d'Oltreoceano, alla radio come Studio 105, che non è solo musica e ritmo fisico ma anche fonte di divertimento e punto d'incontro. C'è la radio che fa riferimento a comunità locali e che in parte ricalca lo stile RAI come Novaradio, e quella che trasmette da sopra il negozio per fare pubblicità ai prodotti in vetrina, come Radio Peter Flowers. Infine la radio figlia del momento politico di allora come Radio Popolare, che coniuga una proposta di controinformazione prima alternativa che locale, con l'obbiettivo di dare voce a chi non ha la possibilità di farsi sentire. Le radio crescono in maniera disordinata e il privato irrompe nelle case di tutti, una telefonata dopo l'altra, in diretta, nella più piena libertà espressiva, fino al caso estremo di Radio Alice di Bologna: tutto in onda, senza censure e mediazioni. La radio privata preferita, quella che si ascolta 24 ore su 24, entra a far parte dello stile di vita, diventa fra le tribù giovanili un elemento di identificazione, come la macchina o il vestito. È una radio che non pretende per sé sempre e costantemente tutta l'attenzione, ma si accontenta di essere d'accompagnamento: riduce ancora le sue dimensioni, sparisce dal posto fisso in salotto o in camera, si moltiplica, diventa mobile e segue dappertutto l'ascoltatore.

Passato questo straordinario momento di liberazione creativa, all'annunciarsi degli anni Ottanta il mercato pubblicitario, che deve garantire la sopravvivenza delle radio, ma le cui risorse sono già asfittiche, presenta i suoi conti: la televisione privata è cresciuta più velocemente e quasi tutti i soldi hanno preso la strada del piccolo schermo. Le radio diventano differenti l'una dall'altra: alcune, visto che con la pubblicità si può guadagnare, abbracciano con più convinzione di altre il discorso commerciale, abbandonano la dimensione locale e la gestione dilettantistica per avviarsi rapidamente a quella imprenditoriale. Assenti i grandi interessi dell'editoria, già indirizzati verso il business televisivo, sono imprenditori ruspanti che si devono inventare una strategia e, conti alla mano, puntano sulla musica, mantenendo dell'era pionieristica alcuni elementi base: l'uso della diretta, il rapporto stretto con l'ascoltatore, la libertà creativa.

Radio Studio 105 diventa Rete 105 e le voci di Alex Peroni, Loredana Rancati, Max Venegoni, Gianni Riso a poco a poco raggiungono tutta Italia: è il primo

network. Tutto viaggia sulle note della disco music, del rock e del reggae, e poi della new wave e della dance, con scarsa considerazione per la deludente produzione musicale nazionale.

Nella seconda metà degli anni Ottanta 105 viene seguita a ruota da Radio Dee Jay, che Claudio Cecchetto avvia trasmettendo unicamente musica; quello che all'inizio è soltanto un marchio viene in seguito riempito con le voci.

Sono anni in cui cresce il giro d'affari musicale complessivo legato alla musica: boom dei concerti, delle vendite dei dischi, della discoteca. Cambia anche il modo di seguire la radio, la si ascolta di più in movimento, con il walkman o l'autoradio. Lentamente, un po' per i miglioramenti tecnici un po' per le faticose battaglie legali riguardanti l'utilizzo delle frequenze, gli ascoltatori riescono a orientarsi meglio nella giungla delle emissioni, riuscendo con più successo a mantenere la sintonia di una determinata stazione. L'ascolto, documentato da indagini ritenute sempre più affidabili, cresce quantitativamente e qualitativamente e con esso l'interesse delle case discografiche e degli inserzionisti pubblicitari.

É il momento della piena affermazione dei network, delle radio private nazionali. Nel 1984 Claudio Cecchetto porta in televisione i conduttori di Radio Dee Jay: prima Gerry Scotti, poi Linus, Jovanotti e Amadeus e, grazie anche ai vantaggi offerti dalla promozione del piccolo schermo, strappa dopo otto anni il primato d'ascolto a Rete 105 e lo consolida schierando nella sua squadra autentici fuoriclasse come Albertino, un mito del mondo giovanile.

Alla fine degli anni Ottanta si materializzano sulla scena altri network che diventeranno protagonisti di primo piano: si compie, radiofonicamente parlando, l'unità d'Italia. Non sono più solo gli abitanti di Napoli o di Roma ad ascoltare radio che trasmettono da Milano: risalendo lungo lo stivale si fanno largo Radio Dimensione Suono, che dalla Capitale si espande prima verso il Sud e poi a nord, e Radio Kiss Kiss, che usa come trampolino per il network l'incontrastato primato d'ascolto in Campania. Ad Arcene, nei pressi di Bergamo, RTL 102.5 cresce con enorme rapidità sul presupposto vincente della facilità d'ascolto: si riceve sulla stessa frequenza in tutta Italia. Radio Italia Solo Musica Italiana cavalca la reazione a un gusto musicale che nelle radio private è stato sempre troppo esterofilo e colleziona successi dopo successi puntando sulla valorizzazione della musica nostrana: non resterà sola a lungo, altre emittenti la imiteranno. Risorge anche Radio Montecarlo, che ora è quella del *Fausto Terenzi Show* e della musica new age.

Sul fronte RAI tutto tace e i risultati di Stereo Uno e Stereo Due sono deludenti: in breve tempo gli ascolti delle private superano quelli delle reti radiofoniche di Stato che dal 1986 vengono progressivamente distanziate.

GLI ANNI DI "BANDIERA GIALLA" E "PER VOI GIOVANI" SONO ANNI DI GRANDISSIMO RINNOVAMENTO, ANNI IN CUI LA RADIO ITALIANA SI RISCATTA AGLI OCCHI DELLA TELEVISIONE CHE GIÀ LA FACEVA DA PADRONA. LA RADIO IN QUEGLI ANNI METTE IN MOTO UNA VERA E PROPRIA RIVOLUZIONE LASCIANDO SPAZIO AL TALENTO DI GIOVANI PERSONE CHE POI SI SONO TRASFORMATE IN CONDUTTORI TELEVISIVI DI GRANDE

SUCCESSO. UN RINNOVAMENTO CHE SI FERMA PER IL SOLITO AVVICENDAMENTO POLITICO. ARRIVANO PERSONE CHE NON CONOSCONO IL MEZZO E LA RADIO COMINCIA A MORIRE.

RENZO ARBORE

Le radio e gli ascoltatori mettono in cantina il vinile e passano ai cd, il computer arriva nelle case e prima ancora negli studi delle emittenti. C'è una piccola rivoluzione nella programmazione musicale, che dopo essere passata dalle mani dei disc-jockey, divenuti semplici intrattenitori o annunciatori, a quelle dei programmatori musicali, ora viene decisa con l'ausilio del computer su cui girano i software sperimentati dalle radio americane.

Il livello professionale dei network è ormai alto, gli investimenti ingenti, gli ascoltatori in costante crescita, ma non così i fatturati pubblicitari che in concomitanza con la Guerra del Golfo attraversano una fase critica.

Gli anni Novanta si aprono con un atto decisivo nelle tormentate vicende legislative: l'approvazione il 6 agosto 1990 della legge Mammì, che regolamenta l'emittenza radiotelevisiva. Nei tre anni sucessivi la distribuzione delle concessioni provvisorie legalizza la situazione creatasi nel passato, trascorso all'insegna della frequenza selvaggia.

Ci sono voluti 15 anni, ma ora le radio private nazionali non sono più fuorilegge: una garanzia per chi lavora e investe in queste aziende. La regolamentazione non è un punto d'arrivo: restano infatti grosse lacune da colmare via via con successivi provvedimenti legislativi.

Gli ultimi tre anni sono segnati da una nuova selezione: entrano in crisi le radio locali più deboli, si rafforzano le grosse realtà regionali. Vengono lanciate nuove sfide, come l'ultima di Claudio Cecchetto, Radio Capital.

Alla fine del 1996, l'ascolto in generale delle radio private sulla RAI e in particolare dei network nei confronti della RAI risulta in ulteriore crescita. Secondo l'ultima indagine Audiradio, oggi ascoltano la radio poco meno di 35 milioni di persone ogni giorno, 10 milioni in più rispetto a 11 anni fa. Le reti di Stato sono seguite quotidianamente da quasi di 18 milioni di persone, mentre l'ascolto delle nove più importanti radio nazionali private considerate in queste pagine supera i 24 milioni (la somma RAI più private oltrepassa i 35 milioni perché ci sono persone che durante il giorno si sintonizzano sia sulle reti di Stato che sulle private).

Gran parte dei 24 milioni di ascoltatori assegnati dalle indagini alle private per una volta si sono ritrovati effettivamente tutti insieme davanti alla radio; tra la mezzanotte di venerdì 27 e le sei di sabato 28 settembre 1996, nel corso del programma *30 Ore per la Vita*, le più importanti radio nazionali hanno trasmesso a reti unificate per sei ore. Una lunga maratona che ha coinvolto anche le TV Mediaset per la raccolta di fondi a favore dell'A.I.L., Associazione Italiana per la Lotta alla Leucemia.

Per la prima volta tante radio, una sola radio. Come in questo libro.

RADIO MONTECARLO

Un posto al sole

«Vado a fare i provini e il terzo giorno Noël Coutisson, il direttore di Radio Montecarlo, mi chiede qual è il mio nome e io gli faccio l'elenco: Indio, Babugi, Francia, Anton, Flaco, Awanagana. Arrivato ad Awanagana, lui mi guarda, sempre con la sua pipa in bocca e ripete "Awanaganà?... hm hm, au revoir". Un quarto d'ora dopo io ero nei corridoi, lui esce dall'ufficio come una lippa e fa "Monsieur Awaganà, - mi giro -, génial, vous vous appellerez seulement Awanaganà».

AWANAGANA

in onda con: LUISELLA BERRINO
FEDERICO L'OLANDESE VOLANTE
FAUSTO TERENZI
PAOLO DINI
LEONE DI LERNIA
NICK THE NIGHTFLY

Questa storia comincia in un porto del Mare del Nord, potrebbe essere Ostenda, Rotterdam o Amsterdam; siamo nel 1968 e due uomini chiacchierano amichevolmente in un bar. Uno è francese, avanti in età, con l'inseparabile pipa in bocca: sta svolgendo un'indagine ma non è il commissario Maigret. Il suo interlocutore è olandese, alto e robusto, voce tonante e un'incredibile massa di capelli. Noël Coutisson, da due anni direttore delle trasmissioni in italiano di Radio Montecarlo, e Federico Van Steegeren (più noto negli anni a venire come Federico l'Olandese Volante) parlano, manco a dirlo, di radio. Coutisson è venuto a vedere di persona le emittenti pirata che trasmettono off-shore su imbarcazioni ancorate ai confini delle acque territoriali britanniche e olandesi. Federico lavora per una di queste, Radio Veronica, e i nastri che registra vengono portati ogni giorno su una ex nave-faro tedesca, da dove avvengono le trasmissioni. Radio Veronica è più vecchia ma meno famosa di Radio Caroline, che da bordo di una nave battente bandiera panamense inonda di musica l'Inghilterra. Fu una canzone dei Rolling Stones a inaugurare le trasmissioni il giorno di Pasqua del 1964: dopo 3 settimane gli ascoltatori di Radio Caroline erano già 7 milioni e nel giro di un anno diventano più di dieci le radio pirata captabili nel Regno Unito. Il silenzio torna solo nell'estate del 1967 quando il Parlamento inglese vota una legge repressiva durissima. Caroline, sopravvissuta a diversi naufragi e ai rigori della legge, chiuderà nel 1990 dopo aver festeggiato il suo venticinquesimo compleanno, sconfitta dalla concorrenza delle radio private, ora libere di trasmettere.

Lo stile delle radio pirata è all'americana, molto ritmo, jingle, voci profonde e avvolgenti; sulle navi si fa le ossa una generazione di disc-jockey che in seguito influenzerà anche il modo di trasmettere prima delle emittenti di Stato e poi di quelle private.

«Radio Veronica trasmetteva senza nessun permesso», racconta oggi l'Olandese Volante, «la radio allora era completo monopolio di Stato e le stazioni ufficiali si tenevano stretta la musica perché il "potere" sapeva benissimo che un certo tipo di musica genera mode e modelli di vita, anche quelli più alternativi e non conformisti». Da Radio Veronica e Radio Caroline vengono lanciati i primi dischi dei Beatles e di tutti quei gruppi che la BBC non passa perché... hanno i capelli lunghi.

Se uno nasce in Olanda da genitori olandesi e ha un padre appassionato di vela, non c'è da stupirsi che cerchi il proprio destino sul mare come pirata... dell'etere. Il reclutamento di Federico avviene alla discoteca *Boerst Club* di Amsterdam: «Sostituivo un mio amico alla consolle, una persona mi chiede - Ma tu hai mai fatto radio? No, dico io - Allora vieni a trovarci a Radio Veronica - Sono andato e ho fatto per un anno l'hit parade il giovedì pomeriggio».

In mare si rischiava anche la vita, visto che i pirati dell'etere non solo combattevano contro le autorità degli Stati invasi dalle loro trasmissioni, ma si facevano anche la guerra tra loro: «Le radio avevano già un grosso giro pubblicitario» ricorda ancora Federico, «e quando Radio Nord See International cominciò a trasmettere più o meno sulla stessa frequenza di Radio Veronica, due sommozzatori di quest'ultima piazzarono una bomba al plastico sotto la nave che teneva a galla la stazione concorrente. Andò tutto in diretta: - Ciao ragazzi, eccoci qua, Radio Nord

See, boooommmm. May Day, May Day, siamo attaccati. Non sappiamo che succede, stiamo facendo acqua - La nave stava affondando!».

Chi fa le radio pirata chiede libertà di trasmettere musica ma anche parole che, superando i confini e le barriere, invitano chi sta dall'altra parte alla scoperta di mondi (e prodotti, come le sigarette)... lontani, proibiti. Le radio pirata del Mare del Nord vincono la battaglia della musica ma perdono la guerra: la censura non riesce ad arginare l'arrembaggio sonoro dei gruppi rock, ma Radio Caroline e le altre restano per sempre fuorilegge.

La strada da percorrere per chi cerca spazio nell'etere è un'altra e si apre là dove è lo Stato stesso a permettere le trasmissioni sul proprio territorio in cambio di una parte dei ricavi pubblicitari, esercitando al tempo stesso il controllo su tutto ciò che viene messo in onda. È quello che succede in Francia nel dopoguerra, quando il governo, attraverso una sua società appositamente costituita, la Sofirad, decide di gestire alcune radio che trasmettono dall'estero sul territorio francese in Onde Medie e Onde Lunghe: tra di esse Radio Montecarlo, RTL (Radio Lussemburgo), Europa 1, Radio Sud.

Radio Montecarlo era stata progettata nel 1941 dai tedeschi per fare arrivare attraverso il Mediterraneo le note di *Lilì Marlene* alle orecchie delle truppe del generale Rommel che combattevano in Africa. Allora, la guerra nell'etere era un proseguimento di quella vera: in Italia si fronteggiavano in quegli anni le nazi-fasciste Radio Fante, Radio Soldato, Radio Patria e le alleate e partigiane Radio Londra, Radio Italia Libera e Radio Italia Combatte. Con la fine del conflitto Radio Montecarlo, la cui proprietà è condivisa da Sofirad e Principato di Monaco, comincia a trasmettere musica, intrattenimento e informazione, affiancandosi ai canali di Stato francesi.

A metà degli anni Sessanta, nell'ambito di un processo di rinnovamento generale, Radio Montecarlo amplia la sua area di copertura verso la Francia, avvia le trasmissioni in lingua araba verso il Medio Oriente, e affida a un funzionario con fama di rompiscatole Noël Coutisson, l'incarico di verificare le potenzialità di un'emissione in lingua italiana: nella più pura tradizione della capitale europea del gioco d'azzardo viene lanciata... una scommessa.

Nel Principato, in Costa Azzurra e in Italia, lungo il litorale tirrenico, esistevano i presupposti per avere un buon ascolto e questo stava alla base della riuscita di un'operazione innanzitutto di tipo commerciale. In prima fila infatti sono pronte le multinazionali del tabacco, interessate a trovare un canale di pubblicizzazione dei loro prodotti, dato che le legislazioni francesi e italiane si facevano sempre più restrittive in materia di sigarette. Un'altra molla potente era la volontà del Principato di Monaco di reclamizzare al vicino pubblico italiano i suoi prodotti turistici. Trattandosi della radio di un Paese confinante con l'Italia, tutto scorre liscio e in perfetta legalità. Anzi. La RAI divide il bottino pubblicitario, raccogliendo inserzioni attraverso la sua concessionaria Publicitas.

Sono gli anni che precedono la contestazione studentesca e dall'originaria funzione propagandistica e di controllo sociale la radio, nella neonata società dei consumi di massa, si orienta verso il business e il disimpegno. Il mondo cambia; gli umori anticonformisti e protestatari, la liberazione sessuale, la voglia di

sperimentazione e di rottura con il passato trovano eco nel tentativo di fare una radio corrispondente alle necessità di un pubblico giovane che non ne può più delle paludate radio di Stato: vuole la sua musica e il suo linguaggio. In Italia salgono alla ribalta nuovi talenti musicali che segnano i primi successi discografici di massa: Adriano Celentano canta *Il ragazzo della via Gluck*, Gianni Morandi *Non son degno di te*. Vince il Festival di Sanremo Gigliola Cinguetti con *Non ho l'età*, ma l'ideale femminile viaggia su modelli più spregiudicati, come la Caterina Caselli con le prime minigonne di *Nessuno mi può giudicare* o come la ragazza del Piper, il tempio dello shake, Nicoletta Strambelli, in arte Patty Pravo.

A Radio Montecarlo va in onda il mondo del sole, della spensieratezza, del gioco, della provocazione misurata, senza barriere e censure. Le trasmissioni in onde medie per l'Italia prendono il via ufficialmente alle ore 14 del 6 marzo 1966, e si possono ascoltare lungo la fascia tirrenica fino a Napoli e nel Sud-Est della Francia. All'arrivo dell'estate il popolo dei bagnanti può apprezzare per la prima volta le gioie di una radio scanzonata, anticonformista, che sa di Costa Azzurra e di peccato, di Brigitte Bardot, di Saint-Tropez, di playboy e avventure estive da emulare sui lidi nostrani.

Radio Montecarlo è all'inizio un programma quotidiano di due ore, ma nel giro di poche settimane passa a quattro, poi otto, poi tredici ore, dalle 6 e 30 alle 19 e 30: a mezzogiorno arriva la voce di Anna, professoressa d'italiano che lavora in un liceo di Nizza, e a seguire quella di una ragazza di Monaco, Sandra, d'origine italiana; in un secondo tempo si aggiungeranno Barbara Marchand e Valeria Porrà. Dalla Liguria alla Versilia, dalla Versilia all'Argentario, sotto il sole più caldo, le manopole delle radio cercano i «1466 chilocicli pari a 428 metri» come recitano gli animatori. Si ascolta la musica dei cantanti italiani, ma anche quella di una straordinaria stagione francese: Michel Polnareff, Charles Aznavour, il Johnny Halliday di *Quanto ti amo*, Antoine con *Les Elucubrations*, Françoise Hardy, Adamo, ingredienti essenziali delle ferie da boom economico assieme alle creme solari e alla vicina d'ombrellone. Ma è anche il contenuto giusto per una radio che ora ha il formato... da vacanza: lasciato a riposare il mangiadischi, di che cosa possono riempirsi le radioline a transistor sempre più piccole e maneggevoli che spuntano da sotto gli asciugamani o gracchiano al sole appese agli ombrelloni?

La prima novità per le orecchie degli italiani ha il nome di Herbert Pagani e della trasmissione *Fumorama*, un programma prevalentemente musicale, rivolto soprattutto ai giovani, dal linguaggio nuovo, legato alla contestazione degli ultimi anni Sessanta, con una forte vena ironica. Herbert Pagani ha 22 anni quando va in onda: di origine ebrea, nato in Libia, ha avuto un'educazione cosmopolita e si è già misurato con diverse espressioni artistiche. L'anno seguente pubblicherà il suo primo disco di canzoni in italiano *L'albergo a ore* con traduzioni e adattamenti musicali del cantautore e poeta francese Jacques Brel e suoi brani come *Cin Cin con gli occhiali*. Nei venti minuti di *Fumorama* si succedono canzoni con testi spesso impegnati o anticonformisti, barzellette, poesie di Neruda, gag dissacranti e una serie di macchiette e personaggi improbabili la cui eco sentiremo più tardi in Alto Gradimento: il mago Zigo Zago, Adeno Sireno del Tirreno. E la trasmissione finiva con l'inconfondibile "r" prolungata dello sponsor: Ambassadorrrrrrrrr.

Approfittando della scarsa conoscenza dell'italiano da parte dei gestori francesi entrano in programmazione quei dischi che in Italia non avrebbero mai passato le maglie della censura, come il De André di *Carlo Martello*, di *Bocca di Rosa*, de *Il Gorilla* tradotto da Brassens. È dalle onde di Radio Montecarlo che si possono ascoltare i sussurri erotici della canzone scandalo di Serge Gainsbourg e Jane Birkin *Je t'aime, moi non plus.*

La diversità dalla RAI, radio di Stato fatta dall'alto, è evidente: a Radio Montecarlo l'ascoltatore diventa protagonista fin dall'inizio con le dediche e, più tardi, con la partecipazione ai giochi, prima per lettera e poi per telefono: è una radio personalizzata, vicina a chi ascolta, su misura. Per chi la gestisce è anche la più semplice e la più economica.

È un programma di dediche che segna il boom della emittente, *Balla balla*, sponsorizzato da una marca di cera per pavimenti e condotto da Gigi Salvadori e Liliana Dell'Acqua. Le dediche erano alla base anche di *Fate voi stessi il vostro programma*, condotto da Roberto Arnaldi; "Robertino" diventa il prototipo del conduttore dalla lingua sciolta e dalla parlata a raffica, a quei tempi il massimo dell'improvvisazione. Siamo nel 1968, a Pagani e Robertino si aggiungono i primi animatori che in seguito diventeranno nomi noti dello spettacolo italiano: Ettore Andenna, Daniele Piombi, Vittorio Salvetti.

Per Radio Montecarlo la strada è tutta in discesa: senza la concorrenza di altre radio e con le televisioni private di là da venire gli ascoltatori e gli introiti pubblicitari sono in continua crescita, aumentano le ore di trasmissione nella nostra lingua e anche il clima diventa più... italiano. Un bel salto, perché prima: «Solo quando si apriva il microfono si parlava italiano», ricorda Federico. «Il direttore Noël Coutisson si esprimeva soltanto in francese, non sapeva una parola di italiano; o perlomeno faceva credere così». Un gran lavoro quindi per i registi che erano di lingua e cultura italiana: «Per evitare incidenti diplomatici», spiega uno di loro, José Orrigo, «dovevamo stare attenti che non ci fossero giudizi di parte sulla politica italiana: la radio del Principato era ospite in Italia». «Con tanti giochi», aggiunge Pierdomenico Pennacchioli, ideatore e produttore di molti programmi, «c'era bisogno di qualcuno che sapesse che Gigi Riva era un calciatore, Gianni Motta un ciclista, Gianni Nazzaro un cantante e Amintore Fanfani un politico. Ricevevamo lettere dall'Albania, dall'Africa, dalla Germania e anche da Belgio, Polonia e Bulgaria».

La fame di novità tra gli ascoltatori è alta: «Credo che il primo a parlarmi di Radio Montecarlo sia stato un amico che ora fa il caporedattore a Repubblica», ricorda Maurizio Costanzo, che anni dopo diventerà collaboratore dell'emittente monegasca. «Sembrava una cosa carbonara, clandestina. Ci dicevamo: ma tu la riesci a prendere? Dava un senso di grande libertà, si favoleggiava di questi studi straordinari e pensavamo: come saranno Federico, Awanagana, Luisella?».

Luisella Berrino va in onda per la prima volta il 7 aprile 1970: «Mi dividevo, come ascoltatrice, tra Radio Montecarlo e Radio Luxembourg. Da casa, ad Alassio, sentivo questi programmi con le dediche, ed era un modo assolutamente nuovo di fare radio, diverso, molto giovane. Un giorno un collaboratore di Herbert Pagani mi chiese se volevo provare a trasmettere: ero una ragazzina e a quell'età non hai in realtà un'idea di quello che vuoi fare nella vita, ma l'ultima cosa cui pensavo era

quella di avere una voce passabile per la radio. Mi fecero leggere un copione e alla fine raccontai una barzelletta terrificante: piacque, mi presero. Andai in onda la prima volta assieme ad altre due persone, ci venne affidata la conduzione di una trasmissione che avrebbe dovuto fare Walter Chiari, allora coinvolto in una storia di droga. Credevo che tutto sarebbe finito lì», aggiunge Luisella, «anche perché in radio all'inizio i contratti erano mensili e venivano rinnovati volta per volta, ma capitai in un momento particolare, ci voleva una voce femminile per fare una trasmissione, *Pensando a te*, in cui si invitavano gli ascoltatori a inviare lettere d'amore: io le leggevo, si dava un premio alla lettera più bella e si trasmetteva la canzone richiesta dall'ascoltatore».

Due anni dopo arriva anche Awanagana: «Ho cominciato alla radio grazie a un'epatite virale. Ero in giro per il mondo come animatore turistico di villaggi, rientro dalla Turchia e mi becco quest'epatite; sessanta giorni d'isolamento in ospedale, dieta, e la prospettiva di un anno, se non a riposo assoluto, con una vita un po' regolata: niente più animazione, niente villaggi turistici. A Milano un amico che veniva dal Piccolo Teatro mi aveva detto che a Montecarlo stavano cercando uno speaker e mi aveva chiesto se ci volevo andare. Ero molto indeciso. Ho mandato la letterina, dopo un mese m'arriva la convocazione ed eccomi lì, Boulevard de Princesse Charlotte, con due paia di calzini e due camicie. Come per dire, boh, faccio 'sta cosa, mi diverto e me ne vado. Dopo due giorni e mezzo di provini il buon Coutisson mi guarda e mi dice - Perfetto, lei lunedì prossimo va in diretta, vuole...no? - Ho detto sì, pensavo di lavorare tre o quattro mesi al massimo, sverno e poi riparto... Ci sono rimasto vent'anni, fino al primo gennaio del 1992».

Awanagana non era ancora... Awanagana prima di cominciare a trasmettere: «È uno dei soprannomi che ho ed è finito sui documenti, per cui firmo assegni e contratti come Awanagana: gli altri sono Indio, Babugi, Francia, Anton, Flaco. Awanagana viene dall'indio latino-americano, "a venar gana", significa "raccogliere il desiderio" e in un senso più aperto "io desidero per te le cose che non ho nella vita"; è un augurio e, poiché lo usavo come intercalare, da piccolo i miei compagni di gioco hanno incominciato a chiamarmi Awa, Awana e sono arrivati ad Awanagana. Quando sono andato a fare i provini, il terzo giorno Noël Coutisson mi chiede qual è il mio nome. E io comincio a fargli l'elenco. Arrivato ad Awanagana, lui mi guarda, sempre con la sua pipa in bocca e ripete... Awanaganà hm hm ... au revoir. Un quarto d'ora dopo io ero nei corridoi, lui esce dall'ufficio come una lippa e fa "Monsieur Awanaganà, - mi giro -, génial, vous vous appellerez seulement Awanaganà, lei si chiamerà solamente Awanaganà».

Radio Montecarlo comincia a cambiare musica: fino ad allora la regola era un disco francese, un disco italiano ed eventualmente uno anglo-americano, l'importante era che ci fosse un disco francese perché le trasmissioni si definivano italo-francesi. Ma dal 1973 comincia una programmazione più internazionale, con una maggiore presenza di pezzi italiani. La truppa di animatori s'infoltisce con Antonio Devia e Riccardo Heinen.

«Il nostro era un laboratorio di idee», sottolinea Luisella Berrino, «c'era tutto da fare in radio, tutto da inventare: Herbert Pagani produceva trasmissioni geniali ed era straordinario quello che riusciva a trasmettere con la sua voce. Lavorava su testi

scritti messi a punto da Annalena Limentani. Avevano realizzato anche *Colomba Darrel*, un vero e proprio radiodramma, una soap opera radiofonica, organizzata, con i rumori». Per il resto "l'antenna", neologismo francese per indicare la radio, è fatta d'improvvisazione. Il gruppo di animatori, anche fuori dalla radio, è molto affiatato e il risultato è questo amalgama riuscitissimo: da una parte una radio con una struttura pesante, quasi di Stato, dall'altra gli animatori, molto professionali ma allo stesso tempo mossi da un entusiasmo creativo pari a quello che ritroveremo nelle prime radio private... e poi c'è Monaco, c'è la Costa Azzurra.

Federico l'Olandese Volante arriva a Radio Montecarlo nell'inverno a cavallo tra il 1972 e il 1973 e ritrova Noël Coutisson: «Il direttore mi aveva detto di fare una trasmissione estremamente anglosassone», racconta. «Io usavo i jingle, facevo una radio un po' più viva»... e ad alto tasso alcolico! «Federico si portava in studio casse di birra», ricorda Luisella, «e alla fine della giornata la scrivania era piena di bottiglie vuote. A mezzogiorno eravamo tutti a mangiare nello stesso posto. Il clima goliardico e creativo faceva miracoli e anche un'idea buttata lì per divertimento diventava in onda la realtà di un programma». «Il periodo di Radio Montecarlo è stato bellissimo», conferma Federico, «conducevo il programma del pomeriggio, era un momento, per la musica, molto rock: c'erano i Led Zeppelin, i Deep Purple e altri grossi gruppi. Montecarlo aveva un vecchio studio dove si facevano le dirette radiofoniche, Il terzo piano, tutto perlinato, in legno. Lì hanno registrato un album intero i Jethro Tull: sono venuti: con il loro studio mobile e Alan Parson gli ha fatto la regia. Ringo Starr, Rod Stewart vivevano in Costa Azzurra... e con loro tutto il giro dei rockettari. E fuori dalla radio le serate mondane, le notti in discoteca con Saint Tropez a una manciata di chilometri. Dal "Pirata" a Mentone venivano tutti, da Frank Sinatra ai politici italiani d'allora... nottate fino alle sei, sette del mattino».

Non mancavano i tiri mancini ai primi della classe, come Ettore Andenna: «Ettore aveva un apporto speciale con Noël Coutisson e cercava di ingraziarsi le ragazze, promettendo di intercedere presso il direttore», racconta Luisella. «Abitava in un bellissimo appartamento con terrazza e lo subaffittava agli animatori che venivano a lavorare da noi con contratti a termine per i mesi estivi. Una volta, dovendo assentarsi per venti giorni, per impedire che si chiamasse da casa sua, aveva fatto mettere un lucchetto al telefono; in più aveva chiuso a chiave la porta della stanza dove c'era l'apparecchio. Ma uno lei suoi inquilini aveva chiamato i pompieri per farsi aprire la porta, dicendo che aveva perso la chiave. Dopodichè, con un'operazione chirurgica, aveva tolto quadrante con il lucchetto, sostituendolo con un altro, quindi ci aveva invitato tutti a telefonare. E mi ricordo che avevamo fatto delle telefonate pazzesche, chiamando ovunque, alle spese del povero Ettore! Al ritorno si trovò questo conto incredibile e, ignaro dell'accaduto, lo attribuì al fatto che lui aveva una fidanzata in Africa».

Il momento felice per Radio Montecarlo continua; gli animatori si sono ormai costruiti una salda professionalità e, come gli ascoltatori scoprono Radio Montecarlo, Radio Montecarlo scopre gli ascoltatori: «Io ho impiegato parecchio tempo prima di capire che dietro quel microfono c'era tutto un mondo», racconta Awanagana. «Ero abituato allo spettacolo, alla gente dal vivo, lì, con la reazione immediata. Le prime volte guardavo il regista e l'assistente dall'altra parte, e dicevo... ci stiamo divertendo?

Vi piace questo? Dopo un mese, ancora prima che arrivassero le lettere, sentivo la gente in giro che cominciava a dire: ti ho ascoltato l'altro giorno, eri così. Piano piano capisci che c'è un mondo dall'altra parte; non solo, che è un mondo presente quanto quello del pubblico dal vivo; allora maturi, acquisti la tua coscienza e ti regoli di conseguenza; non lavori più per il regista, per il tecnico... ti diverti». E il pubblico risponde: per un gioco nel quale bisogna votare il personaggio più popolare (i più gettonati all'epoca furono il cardiochirurgo Chris Barnard e il calciatore Gigi Riva, ma Noël Coutisson fece vincere il Papa) vengono recapitate in un solo giorno oltre diecimila cartoline.

Nel 1974 Noël Coutisson se ne va e dopo un anno arriva come direttore Stéphane Banessy: le trasmissioni in onde medie si spostano dai 1466 chilocicli ai 702, dove resteranno fino allo spegnimento, il 21 giugno del 1993, del trasmettitore del Col de la Madone, uno dei più potenti al mondo.

Subito il coinvolgimento degli ascoltatori con i giochi e le dediche subisce un'accelerazione: non si legge più la lettera, la gente... va in onda con le telefonate. Non per proporre, come già fa la RAI con *Chiamate Roma 3131*, un tema di discussione, ma per fare le domande agli ospiti presenti in studio, altrimenti irraggiungibili. Il primo a rispondere in diretta agli ascoltatori è Sandro Giacobbe, cantante popolarissimo tra il pubblico femminile.

«C'era un ascolto pazzesco, veramente pazzesco», racconta Luisella, «saltavano i centralini, tutti i giorni la Sip si metteva in contatto con noi per sapere quali regioni avremmo chiamato a partecipare ai giochi, perché avrebbe potenziato le linee telefoniche». Lo stimolo a chiamare la radio veniva non solo dalla voglia generica di partecipare, ma anche dai premi, favolosi per le cifre che circolavano allora. *Il milione* era una delle trasmissioni più gettonate: si doveva indovinare un personaggio sulla base dei motivi musicali trasmessi; se per esempio il personaggio da indovinare era Lucio Dalla, il primo brano era di De Gregori, per via del rapporto d'amicizia tra De Gregori e Dalla; il secondo era *Crapa pelada*, visto che Dalla ha ben pochi capelli... e così via. Chi indovinava subito vinceva un milione, altrimenti si andava a scalare fino a centomila lire. Il montepremi arrivò fino a 15 milioni per un altro gioco popolarissimo in cui gli ascoltatori dovevano individuare le tre voci, quelle di Ivan Graziani, Franco Simone e di uno dei Dik Dik, Petruccio, che si dividevano il nome della radio: *Chi dice Radio, chi dice Monte, chi dice Carlo*.

Dal 1974, il pubblico italiano di Radio Montecarlo non riceve più solo musica, ma notizie, le prime concorrenti della RAI: dei flash, dei titoli brevi di un minuto e mezzo scritti dai redattori del Corriere della Sera e letti da uno dei conduttori, Gigi Salvadori. Nel 1975 viene allestito uno studio in via Solferino, per permettere ai giornalisti di trasmettere da Milano e a partire dal 1977 viene creata una redazione autonoma a Monaco. Rossella Fonda era tra i giornalisti di quella redazione: «Il direttore si chiamava Ernesto Viglione e la redazione era molto "vicina" alla Democrazia Cristiana; il nostro corrispondente da Roma si faceva chiamare Mario Bianchi, ma in realtà era il figlio di un noto esponente dell'allora partito di maggioranza. Eravamo una dozzina di persone, molti ora sono in RAI, come Filippo Anastasi, Giovanni Masotti, Andrea Bosco». Le file redazionali annoveravano anche Paolo Giubilo, ora a *Quattroruote*, ed Ennio Caretto del *Corriere della Sera*.

L'esperienza di questa redazione monegasca si interrompe bruscamente nel 1978 per una brutta vicenda legata al sequestro di Aldo Moro: «Erano in corso le ricerche del corpo del presidente della Democrazia Cristiana nel lago della Duchessa», racconta Rossella Fonda, «il direttore Ernesto Viglione aveva preso contatti con un tale che, facendosi passare per un brigatista rosso, offriva informazioni su Moro in cambio di denaro. Viglione si fece dare i soldi dalla Democrazia Cristiana, pagò il sedicente informatore, ma le informazioni non arrivarono. La cosa giunse invece alle orecchie di Gianluigi Melega, giornalista de L'Espresso e parlamentare radicale, che la rese pubblica: Viglione venne incriminato per essere a conoscenza di fatti riguardanti il rapimento e di non volerli rivelare. Finì in carcere, i magistrati di Roma vennero a Monaco e misero i sigilli all'ufficio del direttore». La vicenda si conclude nel febbraio del 1979, quando viene arrestato il presunto brigatista autore delle rivelazioni: Pascal Frezza, un mitomane, che per tre mesi aveva tenuto in scacco giornalisti, uomini politici e generali. Sulla vicenda viene chiesta l'apertura di un'indagine parlamentare, ma l'arresto di Frezza ridimensiona la cosa: Viglione, che fino a quel momento si era rifiutato di rivelare il nome del suo contatto per paura, viene riconosciuto vittima della truffa.

Il tempo passa, in Italia nascono prima le radio e poi le Tv private, una concorrenza che non desta preoccupazione all'inizio, ma che poi diventa sempre più insidiosa. Al centralino arrivano telefonate del tipo: «Mi fate gli auguri, che domani comincia la mia radio?» e Montecarlo battezza decine di radio libere. E così già nel 1979 comincia lentamente l'erosione d'ascolto da parte delle private, allora tutte emittenti che trasmettevano per un ambito locale.

Secondo una delle prime indagini d'ascolto d'allora, in quell'anno l'emittente del Principato raggiunge tredici ascoltatori su cento contro i quaranta delle radio locali italiane che già pareggiano complessivamente quelli raggiunti dalle radio della RAI.

RADIO MONTECARLO É STATA LA PRIMA VERA CONCORRENTE DI RADIO RAI, PERCHÉ C'ERANO PROGRAMMI ASSOLUTAMENTE NUOVI ED ELEVATI COME «FUMORAMA» DI HERBERT PAGANI E ANCHE TANTI PERSONAGGI DI OTTIMO LIVELLO COME LUISELLA BERRINO.

RENZO ARBORE

La liberalizzazione dell'etere nazionale con la caduta del monopolio di Stato porta in Italia grandi cambiamenti e novità, non solo nei programmi, ma anche nella possibilità d'ascolto: mentre nel 1975 solo tre italiani su dieci possiedono un apparecchio radio in grado di ricevere anche in modulazione di frequenza (FM), nel '79 sono già sette su dieci, ed FM diventa il grido di battaglia delle private, garanzia di un ascolto votato alla musica e non più al semplice intrattenimento. La radio non si accende più per avere solo svago e compagnia, circostanza in cui gracchii e fruscii sono ininfluenti, si accende per la musica, e l'emissione deve essere di buona qualità per consentire eventualmente anche di registrare.

In quel periodo Radio Montecarlo si riceve soltanto in onde medie, con una qualità troppo povera per godere la musica: e sono sempre di più gli italiani che, schiacciato il tastino della modulazione di frequenza, non tornano più indietro. Si impone allora la necessità di recuperare le posizioni perdute, ma è difficile trovare un posto al sole anche sul nuovo palcoscenico dell'FM. Un po' per volta l'emittente monegasca comincia a sentire il peso degli anni; non resta che cercare di adeguarsi tecnologicamente dotandosi di una rete di trasmettitori in FM, perlomeno nelle città più importanti. L'emissione su alcune di queste frequenze comincia già nel 1981, con risultati però poco confortanti. Poi si prova anche la via della pubblicità, con una campagna di affissioni dal titolo *Montecarlo Ama Milano* e con una tournée estiva con i Ricchi e Poveri. Sono sforzi che non danno l'esito sperato, gli ascolti diminuiscono gradualmente così come i contratti pubblicitari. Si tenta la carta della ricerca di un pubblico diverso, più adulto, rinunciando a puntare sull'ascolto giovane: con nomi di grosso richiamo si mira a una fascia più alta in età, dove resta l'abitudine all'ascolto in onde medie. Alla radio nei primi anni Ottanta arrivano collaboratori di prestigio: Enzo Biagi, Indro Montanelli, Oreste Del Buono, Helenio Herrera intervengono quotidianamente per un commento. Passano da Boulevard Princesse Charlotte anche Antonio Ricci, l'autore di *Drive In* e *Striscia la Notizia*, Beppe Grillo, Marco Predolin e Maurizio Costanzo.

Il programma di Costanzo, *VIP*, andava in onda dalle 10 alle 12, con 4 o 5 ospiti in studio, attori, gente di teatro e di cultura. Assieme a chiacchiere di varia umanità c'era un gioco: si chiedeva agli ascoltatori di inviare delle cartoline, si sorteggiavano alcuni partecipanti che venivano abbinati agli ospiti in studio ai quali Costanzo faceva domande di cultura, sport, cinema: chi rispondeva esattamente dava la possibilità all'ascoltatore di vincere un premio. «La trasmissione veniva registrata un po' a casa mia, un po' in RAI in via Mazzini», ricorda Costanzo, «facevo delle cose pazzesche, perché registravo in un pomeriggio una settimana intera di trasmissioni; a Montecarlo ci andai una volta sola, assieme ad Alberto Sordi, solo perché Sordi voleva scroccare un viaggio nel Principato». C'era anche Corrado, che il giovedì pomeriggio alle 15 faceva una specie di *Corrida*, in diretta con Luisella.

La radio intensifica la presenza esterna con spettacoli e concerti: di quegli anni è la *Carawana* un programma itinerante condotto da Awanagana, a metà tra la *candid camera* e *Scherzi a parte* che conduceva inchieste sul campo, partendo da curiosità, fatti di cronaca e di costume. Resta memorabile una spedizione all'isola della Maddalena, quando viene fuori, in diretta, che la casa di Garibaldi in estate veniva affittata ai turisti tedeschi. Si cercano giochi anche più complessi e impegnativi, come Il tempo di un disco condotto da Roberto Arnaldi: la troupe radiofonica andava nelle redazioni dei giornali, nelle scuole, nelle sedi delle associazioni, ed era la gente radunata in questi luoghi a mettere a punto una domanda sfida all'animatore con un rovesciamento dei ruoli: gli ascoltatori ponevano il quiz alla radio.

Il calo d'ascolto diventa inarrestabile dopo la metà degli anni Ottanta: bisogna fare i conti non solo con le private italiane ma ora anche con la RAI, che con Stereo Uno e Stereo Due cerca di portare la concorrenza sullo stesso piano e quindi non è più interessata a prolungare il contratto per la raccolta pubblicitaria che la lega all'emittente monegasca.

Siamo al dunque, si pone il problema della sopravvivenza della radio: nel 1986 Radio Montecarlo sembra aver fatto la sua epoca. Dopo vent'anni, la minaccia della chiusura è all'ordine del giorno. Nel frattempo in Italia la radiofonia privata ha assunto una dimensione credibile: nel 1987 cominciano i primi contatti con Alberto Hazan, titolare, assieme ai fratelli, di Rete 105 (il primo network radiofonico in Italia), che subito intravede l'affare. Ed è dopo l'ennesima frustrante riunione, in cui sembra che non ci siano alternative alla chiusura, che squilla il telefono del presidente di Radio Montecarlo, Cesar Charles Solamito. Dall'altra parte della cornetta c'è Jenny Hazan, che dai contatti avuti con il direttore commerciale dell'emittente monegasca, Guido Furla, per una eventuale partnership pubblicitaria, ha capito che il momento è propizio per la trattativa. Cominciano i "pour parler" e dopo qualche giorno un'auto con targa monegasca è posteggiata in via Turati, dove ha sede Rete 105. Grazie ai numeri oggettivi del primo network italiano e alla capacità di Jenny Hazan di muoversi a suo agio nel clima francese e internazionale del Principato, l'accordo viene concluso rapidamente: al gruppo Hazan viene data facoltà di sfruttare il marchio Radio Montecarlo e di occuparsi della ripetizione efficace del segnale in tutta Italia su una propria rete di trasmettitori in FM. L'intesa che garantisce la sopravvivenza di Radio Montecarlo viene siglata l'11 novembre del 1987.

L'anno dopo, secondo i dati dell'indagine d'ascolto Audiradio, Rete 105 ha il primato in Italia fra le private con 1.777.000 ascolti giornalieri, e Radio Montecarlo ne conta 996.000. Dopo due anni la cura ricostituente e cosmetica comincia a dare i primi frutti: aumenta il numero degli ascoltatori e l'emittente ritrova un posto nell'Olimpo delle top ten italiane. Si apre una nuova fase della storia di Radio Montecarlo, comincia una seconda giovinezza.

È una Radio Montecarlo che parte da Monaco ma che ha la testa a Milano; l'emittente ringiovanisce, negli animatori, nello stile di trasmissione, nella scelta musicale. A Monaco si aggiungono a Max Pagani e Gianni De Berardinis nuovi disc-jockey come Andrea Munari, Maurizio Di Maggio, Patrizia Farchetto. Tempo due anni e da via Turati parte una vera e propria rivoluzione: Robertino Arnaldi lascia il posto nelle prime ore della mattina al *Fausto Terenzi Show*, strappato a One-o-One, ex Radio Milano International, mentre le ore notturne si vestono dei colori della musica new age. Delle voci storiche rimangono solo Luisella, tuttora in onda e, fino al 1992, Awanagana.

Quando arriva Fausto Terenzi, assieme agli altri protagonisti del suo show, Paolo Dini e Leone di Lernia, Radio Montecarlo è la terza emittente privata in Italia. Per la sveglia della mattina nuove situazioni si aggiungono a quelle già familiari agli aficionados del trio: una per tutte, l'*Orgasmodromo*. «La trasmissione è nata dalla segnalazione di uno degli editori, Edoardo Hazan», racconta Paolo Dini. «Un giorno ci ha parlato di un disc-jockey francese che invitava a fare l'amore in diretta e ci ha chiesto di pensare a qualcosa di simile. Noi non sapevamo che cosa facesse esattamente il francese, ma l'idea era bella, ci abbiamo lavorato e dopo pochi giorni il programma era in onda: in pratica c'erano al telefono un uomo e una donna che fingevano di raggiungere l'orgasmo. Non era difficile trovare partecipanti, assolutamente: certo, c'era chi era forzatissimo e altri cui invece veniva del tutto naturale... gente che al telefono diceva a quell'altro: - Adesso girati... -. Mi ricordo

che una volta ci mandarono un fax da un ufficio postale ligure. Gli impiegati ascoltavano sempre la mattina e tenevano la radio sotto il bancone. Un giorno entrarono delle vecchiette e loro si erano momentaneamente allontanati dall'ufficio lasciando la radio accesa con *l'Orgasmodromo* in funzione. Queste signore non vedevano nessuno nell'ufficio postale, ma sentivano questo amplesso virtuale... "aaaaoooooouuuu...", che veniva da sotto il bancone. A un certo punto gli impiegati le hanno viste, sono usciti e hanno detto: - No, no non vi preoccupate è la radio... - C'è ancora chi se lo ricorda con un po' di nostalgia quel programma, come uno che ha chiamato di recente per chiederci: - Non lo fate più il godometro?-».

«Abbiamo anche inventato una rubrica che si chiamava *Di tasca vostra*», ricorda Fausto Terenzi, «la utilizzavamo per testare i prodotti che ci venivano inviati dalle varie aziende: dicevamo in onda - Dal mezzo milione in su per una citazione, e poi a piacere. Ma soprattutto il prodotto non viene restituito e deve essere o commestibile o indossabile. - Questa rubrica è stata un'idea geniale, così come il *Cuocogiro*: la cosa più squallida per un disc-jockey», continua Terenzi, «è pagare il conto al ristorante. Noi, grazie al *Cuocogiro*, visitavamo i ristoranti d'Italia senza pagare e il giorno dopo facevamo la recensione per radio. E così abbiamo risolto il problema del pranzo, che non è cosa da poco. Ci sono delle persone che ancora ci aspettano sotto la radio, perché in seguito abbiamo esagerato: non solo siamo andati noi, ma abbiamo mandato anche i parenti. Ma è bello accattonare in modo elegante», conclude Terenzi.

Leone di Lernia canta nei locali di tutta Italia; lo intervistano giornali e televisioni; per la strada viene riconosciuto da persone di ogni età. Per tutti è il maggior esponente della cultura Trash: il termine indica un'imitazione malriuscita, insomma... spazzatura. Ma Leone Di Lernia assicura di imitare solo se stesso: «Il mio non è un personaggio, io sono sempre così. Faccio spettacolo 24 ore su 24, lo faccio in radio, al bar, alla stazione e a casa mia. Sono così da trent'anni e non mi sento volgare. Prima, invece, ero un ragazzo gentilissimo che non diceva una parolaccia, credeva nelle persone e nell'amicizia: convinzioni sbagliate. Della mia gioventù è rimasta solo la grande passione, il vizio direi, per la "farfallina"». Il grande boom per Leone è arrivato quando ha riproposto alla sua maniera alcuni brani di successo house e rap: «Non è semplice ricantarli in pugliese e fatico molto a trovare la metrica esatta», dice Leone, che nell'album *Leonlatino* ha rifatto *Killing me softly*, ribattezzandola *Chili ca soffr* e la *Macarena* dei Los Locos, diventata *Maccarone*. «Non ho sempre rifatto pezzi degli altri», conclude Di Lernia «in passato cantavo blues, rock, dixieland e tuttora continuo a scrivere alcuni pezzi per conto mio».

Ai giorni nostri il profeta della spazzatura predica il suo verbo nell'ora meno adatta per spargere i più maleodoranti (r)umori radiofonici: quella di pranzo, quando va in onda l'ultima malefatta del trio, *Radio Trash*.

La Radio Montecarlo degli anni Novanta mantiene le sue grandi tradizioni per quello che riguarda l'intrattenimento, sia con Luisella, affiancata dalla comicità di Lester, sia con Max Venegoni, arrivato nel 1996 da Radio 105. E da 105 è passata anche Patrizia Farchetto, che tiene saldamente in mano il pomeriggio musicale insieme con Leopardo, arrivato da RTL 102.5. Ma le novità degli ultimi anni riguardano il terreno nuovo dell'informazione e ancora una volta la musica.

L'informazione a Radio Montecarlo vuol dire dieci radiogiornali quotidiani ma soprattutto *Anteprima Sera*, in onda dall'aprile del 1994, da quando la redazione si è trasferita a Milano: il programma, tra interviste e approfondimenti sui fatti del giorno, compie rapide incursioni nelle redazioni di quotidiani e telegiornali per raccogliere dai direttori le anticipazioni su ciò che gli ascoltatori potranno vedere sul piccolo schermo di lì a poco o leggere l'indomani sui quotidiani. È il primo programma, per una radio privata nazionale, che è stato trasmesso contemporaneamente da due studi: Monaco, in onda per la programmazione musicale, e Milano, per quella giornalistica.

La vera, grande novità di Radio Montecarlo anni Novanta è Nick the Nightfly, il mattatore scozzese delle notti partite *New Age* e diventate *Montecarlo Nights*. Nick finisce in radio per un caso della vita: «Io non sono un disc-jockey, sono un musicista. In radio mi hanno chiamato nel 1988 per cantare i jingle del programma notturno. Mi sono divertito perché quei jingle erano un po' una libera espressione della musica: li ho cantati improvvisando la melodia. In quell'occasione Novella Massaro, ai tempi responsabile del programma, mi propose di venire a lavorare in radio: io volevo fare il musicista e declinai l'invito. Ci pensò Alberto Hazan, l'editore, a convincermi facendomi sentire quello che aveva in mente di trasmettere: proprio il tipo di musica che ascoltavo a casa mia. Il programma era già stato avviato da due o tre mesi prendendo spunto da *The Wave*, una nota trasmissione americana. Io», continua Nick, «ho contribuito con la musica, con il mio modo di fare, ho messo i suoni della natura, il mio pensiero della vita, me stesso».

In onda cinque sere la settimana Nick si alterna a Johnny Angel, nome d'arte di Naimy Hackett, newyorkese, da 6 anni a Radio Montecarlo e anche lei prima musicista e poi disc-jockey.

«Radio Montecarlo è stata una scelta della mia vita molto importante», prosegue Nick, «e sono ancora qui nove anni dopo quella decisione: non avevo mai pensato di poter fare radio. Prima di trasferirmi a Milano abitavo a Brescia, e come la maggior parte degli stranieri che arrivano per la prima volta in Italia insegnavo inglese nelle scuole private; la sera suonavo nei locali e a volte mi pagavano con le pizze perché non avevano soldi. Poi ho cominciato a lavorare nell'ambiente musicale, ho scritto testi di canzoni per Claudio Cecchetto, come *Boys*, un pezzo dance cantato da Sabrina Salerno».

È un disc-jockey privilegiato Nick: «Mi faccio chiamare Nick The Nightfly e the nightfly può essere inteso come volo notturno oppure come la mosca notturna. Ma di notte le mosche non volano e io sono un po' un caso a sé, una mosca molto rara perché ho questa libertà di volare, cioè di poter scegliere la musica che suono; forse sono uno dei pochi ad averla perché per lo più in radio i disc-jockey non hanno la possibilità di utilizzare la propria conoscenza musicale. Io metto tutto: new age, soul, world music, contemporary jazz, acid jazz, funky, pop». Questa è anche la musica che da due anni viene suonata dal vivo sul palco della discoteca Propaganda di Milano, in *Montecarlo Nights On Stage*, una serie di concerti realizzati appositamente per la radio che hanno coinvolto numerosi artisti. Ma il musicista che più è debitore del suo successo a Radio Montecarlo è Pat Metheny: «Quando in radio ho iniziato a mettere la sua musica», dice Nick, «non era molto conosciuto in Italia; anno dopo anno c'è stato un costante incremento della diffusione dei suoi album». Inoltre Nick

ha contribuito in maniera decisiva all'avvio della collaborazione musicale tra Pat Metheny e Pino Daniele: «Durante un'intervista chiesi a Pat quale fosse la musica italiana che preferiva e lui rispose che era quella di Pino. Poi ho avuto occasione di riferirlo all'interessato e quando è nata la collaborazione musicale tra i due, Pino Daniele mi ha detto: - Questo è successo un po' anche grazie a te -».

Dopo tanti anni il posto al sole di Radio Montecarlo si è fatto più stretto: partita da sola si trova ora in compagnia di tante radio private che ha tenuto a battesimo, per le quali è stata una fonte d'ispirazione artistica e alla cui scuola si è formata una intera generazione di animatori. Radio Montecarlo continua ancora a dare prova di vitalità, offrendo musica di qualità e mantenendo alcuni dei caratteri originali: il gusto della provocazione, da Robertino Arnaldi fino al trio di Fausto Terenzi, Paolo Dini e Leone di Lernia, l'affabile confidenza di Luisella, la capacità di tenere compagnia in maniera discreta ed elegante di Nick.

A questo punto della seconda giovinezza di Radio Montecarlo le onde sonore d'oltreconfine, dopo aver sparso con generosità i semi dell'ispirazione, hanno messo radice nel nostro Paese; la storia di Radio Montecarlo diventa tutt'uno con quella della radio privata in Italia.

RADIO ONE-O-ONE

La scoperta dell'America

«Nei primi sei mesi di vita della radio, tutte le volte che suonavano al campanello non sapevi mai se erano i carabinieri, venuti a sigillarti il trasmettitore, o chi altro. Rischiavamo anche la galera: il nostro cuore ci diceva che non facevamo niente di male, che non stavamo andando contro niente e nessuno, però che ne sapevamo, le leggi... Eravamo consapevoli di non essere delinquenti, ma solo delle persone che stavano facendo qualcosa che in America ormai era un fenomeno affermato da tempo».

CLAUDIO CECCHETTO

in onda con: LEOPARDO
GIGIO D'AMBROSIO
MASSIMO VALLI
FAUSTO TERENZI
ALBERTINO
PAOLO DINI
GERRY SCOTTI
LEONE DI LERNIA

Il tasto on-off, la manopola della sintonia, quella del volume e un rettangolo luminoso che dà risalto alle bande su cui è possibile sintonizzarsi: onde lunghe, onde medie, onde corte. Sono quasi tutti uguali gli apparecchi radiofonici in commercio nel 1975. Raramente se ne trova qualcuno con la modulazione di frequenza, cioè l'FM, perché su questa banda (che va dagli 88 ai 104 Mhz) non esistono altre emittenti. Nei negozi di elettrodomestici è possibile acquistare gira e mangia dischi, registratori a bobina come il Geloso, amplificatori e i primi registratori a cassette. Le autoradio per alcuni sono un lusso, per altri rappresentano qualcosa di mai visto o sentito. Nelle automobili funzionano soprattutto gli Stereo 8, mangiacassette a ciclo continuo, cioè senza i tasti forward e rewind: avanti e indietro.

Tra i molti appassionati della City Band, meglio conosciuti come CB, che si parlano da una città all'altra con i cosiddetti baracchini, c'è anche Angelo Borra, già noto al Circostel (Circolo Costruzioni Telefoniche e Telegrafiche, un organo di coordinamento del Ministero delle Poste e Telecomunicazioni) per i suoi continui esperimenti al confine della legalità nel campo della trasmissione di segnali via etere. Borra, geometra, trentacinque anni, ascolta parecchio Radio Luxembourg e Radio Montecarlo; tra le mani ha i libri che narrano la storia recentissima delle radio pirata Veronica e Nord See International. La grande competenza tecnica e la tanta passione per le trasmissioni di onde sonore, spingono Borra ad accarezzare l'idea di dar vita a una radio privata e quindi "libera" anche in Italia. Nel frattempo, qua e là per il Paese, c'è chi fa i primi esperimenti e comincia a trasmettere musica e parole utilizzando apparecchiature di fortuna.

Anziché una nave, Borra sceglie un comodo appartamento situato al nono piano della milanese via Locatelli, al numero civico 1; si procura un trasmettitore militare e acquista le apparecchiature essenziali come mixer e giradischi. Spesa totale: meno di un milione. È il 10 marzo del 1975 quando nasce Radio Milano International, che gli ascoltatori captano in modulazione di frequenza sui 101 Mhz: «Volevo fare una valida operazione economica», dice il primo editore radiofonico italiano, «proprio in coincidenza con la scadenza dell'accordo di concessione stipulato tra RAI e Stato italiano. Un'impresa coraggiosa, perché significava buttarsi contro le istituzioni, e con il nostro atteggiamento antagonista correvamo grossi rischi. Iniziai a trasmettere con un apparato militare, si chiamava TRC 1 Collins: la legge applicava ai possessori di un'apparecchiatura del genere la stessa pena comminata a chi deteneva abusivamente un'arma da fuoco. Non solo, vendetti un secondo TRC 1 a Radio Parma, quindi si scatenò la caccia a questi trasmettitori».

Quando Milano inizia a captare il segnale della sua prima radio privata c'è un impressionante passa parola. Nelle scuole, nei bar, in discoteca, per strada centinaia di giovani parlano di questo fenomeno straordinario, questo punto ignoto dell'etere da cui arrivano suoni mai sentiti prima. Tra le cose che colpiscono l'ascoltatore, oltre al tipo di musica, c'è lo stile, rapido ed energico, con i jingle tra un brano e l'altro: «Smontammo tutta la vecchia facciata della radio di quegli anni, che prevedeva ancora la trasmissione di canzoni napoletane e il fischio dell'uccellino», racconta Angelo Borra. «Ci avvicinammo alle stazioni estere che avevano un ritmo tambureggiante e pensammo di chiamarci Radio Milano International perché eravamo a favore dell'internazionalizzazione della musica: quelli erano gli anni di un

declino spaventoso della musica di casa nostra; molti artisti nostrani furono esclusi da ogni circuito di trasmissione. La nostra radio voleva assomigliare alla sorella maggiore Nord See International che nel frattempo aveva abbandonato per le spese elevatissime la nave da cui trasmetteva, ed era riuscita a ottenere i permessi per lavorare sulla terra ferma con una buona organizzazione pubblicitaria».

A solo cinque giorni dall'inizio delle trasmissioni la stampa comincia a interessarsi di Radio Milano International dedicandole grossi titoli; qualcuno, nell'acceso clima politico dell'epoca, insinua che a finanziare l'emittente potrebbe essere addirittura la CIA, i servizi segreti americani. Nasce anche la leggenda della radio che trasmette da un pulmino in continuo movimento da un quartiere all'altro della città per evitare che i funzionari del Circostel possano individuarla e farla sigillare immediatamente dalla Polizia. Niente di tutto questo. Radio Milano International ha la sua base operativa solo e soltanto in via Locatelli.

L'illusione di poter trasmettere indisturbati svanisce il 14 aprile, quando intervengono improvvisamente Polizia ed Escopost (il braccio "armato" e quindi esecutivo del Circostel) per sequestrare tutte le apparecchiature. «Eravamo naturalmente molto guardinghi e osservavamo il portone d'ingresso del nostro stabile con uno specchietto piazzato fuori della finestra, pronti a smobilitare tutto», ricorda Angelo Borra. «Con questo specchio legato all'estremità di un bastone, eravamo in grado di vedere dall'interno ciò che accadeva fuori, nove piani più sotto. La volta in cui ci sequestrarono tutto, i poliziotti entrarono dalla porta di servizio e ci fregarono». Si interrompe così un grande sogno, non solo per chi lavora in radio, ma anche per chi l'ascolta. Borra non si arrende, contatta l'avvocato Eugenio Porta, che da tempo difende l'operatività delle televisioni via cavo, e presenta un ricorso in Pretura. Il 24 aprile 1975 il Pretore Cassata accoglie il ricorso e ordina all'Escopost di riportare gli apparati di trasmissione nello stesso posto in cui sono stati prelevati. Nella sua sentenza il giudice del Tribunale milanese riconosce come legittima l'attività di trasmissioni radiofoniche, sempre che non interferiscano con quelle delle emittenti di Stato.

Le prime voci che la radio diffonde sono quelle di Rino Borra, fratello di Angelo, e Piero e Nino Cozzi, tutti ragazzi intorno ai vent'anni. Con loro si afferma uno stile fresco e spontaneo, senza testi scritti, che getta le basi di quello che sarà il linguaggio radiofonico delle private: una versione made in Italy del modo di condurre che le radio pirata avevano importato in Europa dagli Stati Uniti e che aveva adottato anche Radio Luxembourg. Tra i primi collaboratori ci sono Beppe Fara e Pino Beccaria, poi arrivano Claudio Cecchetto, Fausto Terenzi, Fabio Santini, Carmelo e Michelangelo La Bionda e Gigio D'Ambrosio, oggi station manager dell'emittente milanese: «Non avevo ancora sedici anni e come quasi tutti i giovani dell'epoca ero immerso nel clima politico di allora e appassionato di musica. A quei tempi gli LP costavano 3300 lire, ne usciva uno ogni venti giorni; tutti aspettavano l'arrivo di quelli che sono diventati i classici del pop: Genesis, King Crimson, Emerson Lake & Palmer e compagnia bella. Mi piaceva molto questo genere di musica che però si sentiva poco a Radio RAI: ascoltavo *Hit Parade* di Lelio Luttazzi, *Supersonic* e poi saltuariamente *Per Voi Giovani*. Un giorno, scanalando casualmente sul mio apparecchio, sento le prime trasmissioni di Radio Milano International, prosegue

Gigio D'Ambrosio. «La sera stessa, per combinazione, vado al Palalido a vedere un concerto presentato da Fabio Santini, che proprio in radio conduceva un programma pomeridiano che si chiamava *New generation*. Mi faccio coraggio, mi avvicino e gli parlo: il giorno seguente mi ritrovo ospite in studio con Santini che mi intervista come rappresentante della cultura giovanile. Alla fine gli chiedo: Pensi che ci sia la possibilità di lavorare qua? - Fai un provino e vediamo - mi risponde. Torno in radio pochi giorni dopo, Rino Borra mi fa entrare in studio, aziona il registratore e mi dice: - Hai mezz'ora, parla, presenta i dischi, dì quello che vuoi. - In quella mezz'ora devo aver fatto quanto di peggio possa esistere. Passano due, tre settimane e non sento notizie. Allora alzo il telefono e parlo con una delle responsabili di allora, Anna Mucci, che mi fa: - Non ti preoccupare, tra dieci minuti ti faccio sapere. - Sì vabbe', si dice sempre così, penso tra me e me. E invece dopo dieci minuti squilla il telefono e Anna mi dice: - Guarda, è tutto a posto. Sei piaciuto, per cui puoi cominciare quando vuoi. - In realtà il mio provino non è mai esistito: ho scoperto che Rino, quando mi aveva lasciato in studio, si era dimenticato di azionare il tasto della registrazione. Quando Anna gli chiese notizie, per non fare una brutta figura le disse: - Perfetto, magnifico, molto bravo, ha una bellissima voce. - La prima vera trasmissione che mi affidarono andava dalle 22 alle 23, un orario della madonna perché non era ancora esploso il fenomeno delle televisioni private e moltissime persone ascoltavano la radio di sera».

Radio Milano International fa subito scuola e alla fine del 1975 le emittenti in funzione in tutta Italia sono più di un centinaio. A Milano erano state accese Radio Montestella e Canale 96; per iniziativa di Mario Luzzato Fegiz e di altri giornalisti era nata Radio Milano Centrale seguita da Gamma Radio (la prima emittente completamente automatizzata). La Brianza, subito attiva, aveva le sue Radio Como 103 e Radio Montevecchia, mentre nel Modenese si sentiva Radio Zocca, con Vasco Rossi al microfono; in Sardegna Radio Cagliari e Radiolina; Radio Azzurra a Novara e Radio Brescia; Radio Roma nella capitale, Radio Spazio Uno e Radio X a Napoli.

Erano poche le apparecchiature disponibili sul mercato in grado di far arrivare un ottimo segnale radio agli ascoltatori, ma una volta acceso un buon trasmettitore poteva arrivare da un lato fino a Bologna dall'altro addirittura in Svizzera. Non c'erano interferenze, per cui bastavano piccole potenze per far viaggiare indisturbati i segnali per chilometri e chilometri.

Nel 1976 la decisione presa a Milano dal giudice Cassata insieme con quelle di tanti altri Pretori italiani passa al vaglio della Corte costituzionale: con la sentenza numero 202 del 28 luglio la Consulta, confermando il provvedimento del Pretore milanese, dichiara legittime tutte le trasmissioni in ambito locale spezza di fatto il monopolio della RAI. Via libera, dunque, alla crescita impetuosa di radio e televisioni su tutto il territorio nazionale. Si arriva in breve tempo a una situazione insostenibile che vede speculazioni selvagge: «Ci sono stati passaggi molteplici di compravendita», spiega Borra, «che hanno portato a risultati grotteschi. Nei vari censimenti che si sono susseguiti c'è stato addirittura chi ha dichiarato di trasmettere su frequenze che neppure esistevano. Quando qualcuno cercava di espandersi, c'era chi subito alzava la mano diceva: - Alt, questa frequenza è mia. - E se non si pagava non si poteva andare avanti».

La proliferazione delle emittenti è inarrestabile: c'è chi con quattro soldi decide di crearsi il proprio giocattolino per provare qualche brivido davanti a un microfono, e chi invece intravede nel mezzo radiofonico uno sviluppo commerciale di enorme portata. Questo affollamento obbliga chi vuole emergere dalla giungla creatasi in FM a correre ai ripari, ordinando all'estero trasmettitori più potenti per vincere le frequenti interferenze.

Dal lato dell'ascolto industrie grandi e piccole, italiane ed estere, fiutano l'affare: tutti gli apparecchi radio che escono dalle fabbriche vengono dotati di banda FM; arrivano i primi impianti hi-fi ed esplode il fenomeno delle autoradio: per le strade si vedono circolare vere e proprie sale d'ascolto a quattro ruote. Lo Stereo 8 va in soffitta insieme con i registratori a bobina, che vengono sostituiti dai mangiacassette. La piccola lampadina rossa con sotto la scritta "stereo" fino ad allora tristemente spenta e inutile, diventa un simbolo di tecnologia avanzata: con l'avvento di Radio Milano International e della sua emissione stereofonica arriva lo "sballo" della lampadina rossa sempre accesa.

Commodores, Ashford & Simpson, Chaka Khan, Quincy Jones, Donna Summer, l'influenza della musica nera americana si fa molto sentire: funky e soul per un lungo periodo sono il pane degli ascoltatori di Radio Milano. Lo stile dei conduttori si rifà sempre più a quello dei disc-jockey d'Oltreoceano: «Ricordo che tutti dicevamo Radio Milano International, One-o-One (cioè 101, la frequenza principale della radio) stirio», dichiara D'Ambrosio, «perché stirio suonava meglio di stereo ed era lo slang che volevamo». Ad Angelo Borra danno una mano a definire il carattere dell'emittente i fratelli Cozzi, Piero (in arte P3), Nino e Francesca, allora moglie dell'editore. Erano figli di un ambasciatore, nati e in parte cresciuti negli Stati Uniti, per cui avevano assimilato parecchio della cultura americana, avevano sentito numerose radio statunitensi, il loro ritmo, la musica non-stop ventiquattro ore al giorno.

Sia il telefono che il citofono della radio squillano in continuazione: dall'altra parte della cornetta ci sono quasi sempre gli ascoltatori che fanno complimenti o chiedono canzoni, sull'uscio invece poliziotti o persone che timidamente domandano se in radio esiste un posto anche per loro. «C'è stato un momento in cui era di moda venire a lavorare per noi», dice Angelo Borra, «e non avevo bisogno di muovermi per cercare gente: dalla RAI arrivò Ronnie Jones assieme a tanta altra gente di qualità». Ma qualcuno è stato anche reclutato: «Io lavoravo in diverse discoteche, tra cui il Divina: una sera arrivò Borra», ricorda Claudio Cecchetto. «- Vuoi fare la radio? - Fu la sua domanda. Quanti soldi ci sono? risposi - Neanche una lira - fu la secca replica che ricevetti, ma accettai ugualmente. Poi, durante l'anno e mezzo trascorso a Radio Milano International, ho capito che questo era il mestiere della mia vita. Ricordo con tenerezza il periodo vissuto in via Locatelli» aggiunge Cecchetto. «Nei primi sei mesi di vita della radio, tutte le volte che suonavano al campanello non sapevi mai se erano i carabinieri, venuti a sigillarti il trasmettitore, o chi altro. Rischiavamo anche la galera: il nostro cuore ci diceva che non facevamo niente di male, che non stavamo andando contro niente e nessuno, però che ne sapevamo, le leggi... Eravamo consapevoli di non essere dei delinquenti, ma solo delle persone che stavano facendo qualcosa che in America ormai era un fenomeno affermato da tempo. Non

prendevamo una lira, ma se ti servivano dei soldi andavi da Borra e cento-duecentomila lire Angelo le trovava sempre. Ci si arrangiava facendo una dedica al negozio d'abbigliamento, qualche giorno dopo passavi e ti regalavano un paio di jeans. Oppure nominavi il mitico ristorante Chechele e Nenella, che era sotto la radio, e mangiavi mattina e sera senza pagare nulla».

Anche Fausto Terenzi lavora in discoteca: «Mettevo i dischi al Fitzgerald, e arrivai un mese e mezzo dopo la nascita della radio. Ero titolare di due negozi di abbigliamento e non avevo problemi economici: ecco perché ho potuto fare questo mestiere che all'inizio era pagato in buoni pranzo e niente più. Quando ho cominciato trasmettevo dalle 7,30 alle 9. Allora l'orario più ambito era quello serale e in radio avranno pensato: - È uno scemo, mettiamolo al mattino, quando nessuno lo ascolta. - Invece l'orario era molto più importante di quanto si credesse e io ci ho lavorato su negli anni a venire. Fin dall'inizio ho cercato di imporre il mio gusto personale nella scelta della musica, perché allora non c'erano i computer, il disc-jockey era il programmatore di se stesso. Le mie fonti d'ispirazione sono state poche: di giorno sentivo il grandissimo Renzo Arbore di *Alto Gradimento* e la sera, nel buio della mia cameretta, la più grande radio del mondo, Luxembourg. Aveva dei disc-jockey formidabili, su tutti Bob Stewart, il mio vero idolo».

Fausto Terenzi era in compagnia di 21 milioni di persone in tutta Europa quando si sintonizzava sui 1440 in onde medie. Le voci in inglese dei disc-jockey arrivavano dal Granducato del Lussemburgo, dagli studi della splendida Villa Louvigny, immersa in un grande parco. Dal 1933 Radio Luxembourg ogni sera e ogni week-end faceva sintonizzare nella sola Inghilterra milioni di ascoltatori sui suoi programmi, già prevalentemente musicali. Fino all'inizio degli anni Novanta, quando ha cessato di trasmettere, è stata l'unica stazione europea capace di competere con quelle americane da cui aveva preso lo stile e la proposta musicale. E proprio un altro dei disc-jockey più famosi di Radio Luxembourg, Benny Brown, registra tutta una serie di jingle personalizzati che, con i primi adesivi colorati (un ottagono rosso con la scritta bianca "Non-stop music" che annuncia musica di qualità e ininterrotta 24 ore su 24), trasformano Radio Milano International in un vero mito metropolitano.

L'abbandono di Claudio Cecchetto, avvenuto nel 1977, rappresenta forse il primo momento di grande tensione all'interno della radio: «tra Cecchetto e Terenzi, che fino a quel momento erano stati amici per la pelle, vennero a crearsi degli attriti», racconta Gigio D'Ambrosio. «Fausto era orientato politicamente verso destra mentre Claudio guardava a sinistra. Erano differenze che creavano parecchi problemi: in quegli anni il peso della politica, il senso dell'appartenenza a uno schieramento piuttosto che a un altro, avevano un significato molto forte e probabilmente anche questo influì sull'episodio che portò alla rottura tra Fausto e Claudio e conseguentemente tra Claudio e la radio. Andò così», racconta Gigio D'Ambrosio: «A Radio Milano c'era la pessima abitudine di lasciare in giro i dischi e io mi ero rotto le palle di rimettere tutto in ordine. Decisi di attribuire a ognuno le proprie responsabilità e su ogni pila di album piazzai un foglietto con il nome di chi l'aveva utilizzata. Solo Cecchetto si lamentò di questa iniziativa: - Chi è quello stronzo che ha messo il mio nome su questi dischi?- Gli rispose Fausto, indicandomi e prendendo le mie difese. Claudio, molto infastidito, disse che quelli non erano i suoi dischi.

Insomma, scoppiò un gran litigio durante il quale volarono parole grosse e poi piimm, puumm, paamm, botte tra i due. Furono divisi dai presenti alla scena e Cecchetto andò subito da Angelo Borra: - Quello mi ha messo le mani addosso, io non rientro in radio finché non lo cacciate via. - Angelo gli rispose: - Io non accetto ricatti da nessuno, se vuoi lavorare per noi vai avanti altrimenti quella è la porta».

«La verità», dice Claudio Cecchetto, «è che me ne andai perché a un certo punto era difficile creare delle gerarchie: eravamo partiti tutti insieme e non era chiaro sulla base di che cosa si potesse stabilire chi di noi doveva dirigere tutti gli altri». Così Cecchetto, seguito poco dopo da P3, infila la porta e va a Studio 105, allora la radio emergente, mentre a Milano International arriva Patrizia Zani, una delle prime e più note voci femminili delle private che gli ascoltatori vedranno, anni dopo, condurre il programma *Discoring* sulla RAI.

Non molto tempo dopo l'apertura della radio Angelo Borra si lancia in una nuova avventura: nel 1978 dà vita a Telemilano International, che propone per lo più film pornografici e alcune riprese di programmi radiofonici, se proprio vogliamo chiamarli così: «Di giorno», racconta Gigio D'Ambrosio, «accendevamo le telecamere per improvvisare i primi videoclip: si metteva un pezzo in sottofondo e ognuno di noi, chi con la scopa chi con qualche altro oggetto, faceva finta di suonare uno strumento». Il numero di spettatori era altissimo, specie nelle ore notturne per via dei film porno. «Ci divertivamo ad abbassare il volume generale dell'emissione», prosegue Gigio, «così a casa tutti erano costretti ad alzare quello del loro televisore. Poi lo rialzavamo improvvisamente provocando nel cuore della notte un'esplosione di urla e gemiti da tutti gli apparecchi sintonizzati sul nostro canale». L'avventura televisiva finisce una mattina di primavera, quando la Buoncostume interviene a sigillare gli impianti della tv più "spinta" della città: un colpo da cui Telemilano non si riprenderà più.

Continua intanto la ricerca di nuovi talenti: «Una sera, mentre si smanettava, sentiamo su Radio Reporter un tipo che fa un gran casino e ride in continuazione, un vero fenomeno», ricorda D'Ambrosio. «Cazzo, bravissimo, prendiamolo prendiamolo. Lo chiamiamo e tre giorni dopo si presenta in radio Leonardo Re Cecconi: era tutto quello che non ci si aspettava da un disc-jockey, soprattutto da uno che alla radio faceva il cinema. Abiti da geometra, borsello, molto timido e con una fidanzata che era una cozza mondiale». In questo caso le apparenze non ingannano: «Prima di approdare a Radio Milano», conferma Leonardo Re Cecconi, «facevo proprio il geometra, lavoravo per una ditta di costruzioni e contemporaneamente studiavo architettura. Tra i fornitori della mia impresa c'era Bruno Arcaro, che aveva messo su a Rho Radio Reporter e che mi convinse a trasmettere».

Anche Leonardo è un grande ascoltatore di Radio Luxembourg: «Ero un amante dei trenini e intorno ai quattordici anni, ottenute alcune concessioni sull'orario notturno, mi rinchiudevo nello scantinato di casa mia con la radio accesa a montare e smontare binari. Alle undici di sera su Radio RAI finiva *PopOff* e non c'era più nulla, sccchhhhh. Una notte mi misi a girare la manopola e in fondo alla banda delle onde medie sentii prima Stevie Wonder, poi David Bowie e avanti sotto con il meglio. Radio Luxembourg andava avanti fino alle tre del mattino e io lì ad ascoltarla. A Radio Reporter», ricorda Leonardo, «trasmettevo tutti i giorni dalle 21 alle 23

facendo dediche; mettevo in onda i jingle della BBC che avevo registrato da un disco degli Who che si intitolava *The Who sell out*. Radio Milano International mi offrì la fascia che andava dalle 22 a mezzanotte, tutti i giorni escluso il giovedì. Avrei dato non so cosa per andare a lavorare da loro, avevano un'immagine che ti faceva tirare fuori la lingua; ho smesso i panni di geometra», continua Leonardo, «e mi sono tuffato a tempo pieno in questa nuova professione. In quel periodo la radio era frequentata da tutto lo show business esistente, per cui mi sono trovato dall'oggi al domani in mezzo a un sacco di persone famose».

In onda Leonardo diventa presto l'idolo di migliaia di ragazzi e si tramuta in... Leopardo. «Il nome salta fuori da un giubbotto che indossavo in quegli anni, con un leopardo disegnato sulla manica», dice Leonardo, «era un capo d'abbigliamento animalista con la scritta *Don't kill the animals*. Una sera arriva in radio Loredana Bertè, che inizia a prendermi in giro dicendo: Leonardo Leopardo, Leonardo Leopardo. Il giorno dopo i colleghi, appena mi hanno visto ci hanno dato dentro: Leopardo, Leopardo. Poi», prosegue Leonardo, «è arrivato il jingle col ruggito, una creazione di un bravissimo tecnico della radio.

Oggi qualcuno mi chiede ancora se mi hanno battezzato davvero con questo strano nome e tutte le volte mi tocca spiegare che se i miei genitori avessero fatto una cosa simile li avrei già ammazzati».

A turbare i sonni, anzi, i risvegli di Gigio D'Ambrosio, c'è un altro personaggio che si inserisce di prepotenza sulle frequenze di Milano International: Gerry Scotti. «Lo chiamammo in radio dopo che per un bel po' di tempo mi aveva fatto incazzare», ricorda Gigio. «Lui alla mattina trasmetteva in una radio di Cinisello Balsamo, a due passi da casa mia, che interferiva con la nostra emittente. Io mi svegliavo con la radio sui 101 Mhz e, anziché Radio Milano, captavo lui che intratteneva le casalinghe». A Radio Hinterland Milano Due da dove disturba i risvegli di Gigio, Gerry Scotti entra per la prima volta nel 1976 con un compito delicato e altamente professionale: «Il mio compagno di banco del liceo mi chiese se tutte le mattine dalle 7 alle 9 mi sarebbe piaciuto mettere a posto i dischi in questa piccola radio dove lui lavorava», ricorda Gerry. «Serviva uno capace, che sapesse sistemare i dischi rock con i dischi rock, quelli pop con i pop: per questo lavoro mi offrirono cinquecento lire l'ora. Accettai l'impegno e tutto filò liscio per un po'. Una mattina non si presentò il ragazzo che doveva andare in onda; mi chiamò il proprietario dell'emittente e mi intimò di prendere il posto del ritardatario: - Non sarai mica imbranato - mi disse. - Metti i dischi e tra un pezzo e l'altro racconta due stronzate. - Una volta rotto il ghiaccio andai avanti dodici anni a dire stronzate davanti a un microfono».

Scotti approda in via Locatelli dopo un breve periodo a Novaradio: «La prima cosa che mi hanno fatto fare a Radio Milano è stata una rubrica all'interno di un programma importante, condotto da Gerry Bruno e Beppe Fara», ricorda Gerry. «La rubrica si chiamava *Il mercatino delle pulci* e c'erano i messaggi di persone che vendevano e cercavano roba usata. Leggevo i messaggi alla mia maniera, cercando di essere divertente. Dopo dieci giorni Rino Borra mi disse: - Amico, domattina presto vieni qui e dì al portiere che ti mando io. Lo vedi questo interruttore? Bene, lo spingi, poi accendi il mixer e i due piatti e vai in onda».

Nei primi anni a Radio Milano International c'è molto da fare: la radio è un enorme serbatoio da riempire di musica, idee, programmi. Ognuno mette a disposizione la propria creatività e il proprio tempo; ci si sente pionieri e non si pensa ancora al successo o al denaro: «Quello vissuto a Radio Milano è stato indubbiamente il periodo più bello della mia vita», ricorda Gerry. «A vent'anni avevamo una metropoli che ci ascoltava. Lavorare a Radio Milano era una moda, la cosa più trendy che potesse esistere; una specie di lasciapassare per tutto, discoteche, bar, ristoranti, donne».

Gli studi funzionano come centro di aggregazione giovanile oltre che artistica: una vera e propria comune dove non è consentito, o perlomeno è sconsigliato, avere mogli e fidanzate: «Se uno era fidanzato veniva subito fatto cornuto da un altro», racconta ancora Scotti. «In radio, lo dico molto francamente, c'era una grande abbondanza di donne», conferma Gigio D'Ambrosio, «a richiamarle era la grande fama derivata dal fenomeno che stavamo vivendo». Negli studi, dove circolava gente 24 ore su 24, succedeva di tutto e alcune avventure sono trapelate anche in diretta. «Una mattina Cecchetto si mise a raccontare agli altri le evoluzioni notturne di cui era stato protagonista assieme a una ragazza», racconta sempre Gigio, «sicuro che il trasmettitore non si fosse ancora riscaldato a sufficienza per iniziare a inviare il segnale. Man mano che il racconto si arricchiva di nuovi particolari, il trasmettitore si scaldava, arrivando al punto in cui cominciò a fare il suo dovere: così il racconto, che doveva rimanere privato, diventò pubblico. Combinazione, all'ascolto c'erano sia la ragazza delle evoluzioni che il suo fidanzato. Scoppiò inevitabilmente un gran casino».

«Le ragazze chiamavano in continuazione», aggiunge Cecchetto. «Ci dicevano: - Hai una bella voce... - Noi stavamo al gioco facendo i marpioni e alla fine ci scappava sempre una bella seratina, ma stando ben attenti. Facevamo una selezione e chiedevamo come e dove si sarebbero presentate. Una volta ottenute le informazioni necessarie sul loro aspetto scattava la balla, ovvero una descrizione non proprio esatta di come eravamo noi e di come ci saremmo presentati. Per cui dicevi alle ragazze che saresti arrivato sul luogo con una giacca marrone e una certa automobile e invece arrivavi all'appuntamento con una giacca verde e una vettura diversa: se la ragazza era bella ti presentavi, inventando una scusa per la descrizione non proprio fedele che le avevi fornito, se era brutta facevi finta di niente e te la svignavi». «Le nostre erano notti basate sul divertimento», conclude Fausto Terenzi. «Tutti noi vecchi marpioni, dobbiamo essere sinceri, abbiamo fatto la radio anche perché questo favoriva i rapporti con l'altro sesso. Ma bisogna anche riconoscere un altro merito alla radio, quello di aver salvato migliaia di persone dalla strada. La droga non è soltanto un fenomeno attuale: esisteva anche vent'anni fa».

«Negli studi capitava spesso di giocare a poker oppure a dadi», dice Gigio D'Ambrosio. «Gerry Bruno, che arrivava da esperienze internazionali con i Brutos e con Sacha Distel, era stato anche a Las Vegas e aveva il suo tappeto verde personale: lo srotolava per terra e la radio si trasformava in una bisca». Ci sono poi i talk-show notturni degli Squallor, il gruppo capitanato da Alfredo Cerruti e di cui facevano parte anche Pace, Panzeri e Pilat, autori di molte canzoni del Festival di Sanremo. Tutte le volte che usciva un loro disco, gli Squallor andavano in radio e per tre

settimane proponevano cose ancora più volgari di quelle che si potevano ascoltare sull'album. I vetri blindati tuttora esistenti al primo piano di via Locatelli sono stati montati per "merito" loro. «Trasmettevano a luci spente», racconta D'Ambrosio, «e mandavano in onda le telefonate degli ascoltatori, finché una sera arrivò una chiamata per Cerruti: lui era un tombeur de femmes, aveva sempre belle figliole al seguito, e forse in quel periodo aveva infranto il cuore sbagliato. Dall'altra parte del telefono la voce di una donna disse: - Perché non ti fai mai vedere? Affacciati alla finestra. - Lui: - Ma no, non ce n'è bisogno. - In quello stesso momento dal marciapiedi di fronte partì una sventagliata di mitra che distrusse i vetri delle finestre. In regia c'era Leopardo che, con le cuffie ad alto volume, non si accorse di nulla e sentendo i vetri sul collo pensò, nel clima di happening che si creava sempre, che fosse esplosa la bottiglia di champagne sistemata alle sue spalle. Di questo episodio esiste anche una registrazione in cui prima si sente, ta-ta-tata-ta, poi qualcuno che urla: - Cazzo, stanno sparando. - E infine bestemmie!».

Tanta voglia di divertirsi e in alcune occasioni anche troppa esuberanza: «A una festa di Carnevale la combinammo davvero grossa», ricorda ancora Gigio. «Qualcuno, ormai ubriaco, si mise a lanciare le bottiglie vuote dalla finestra del nono piano. Via una, via due, tre, a un certo punto ppeeemm: una bottiglia colpisce una macchina. Il proprietario chiama i poliziotti che iniziano a suonare al campanello, ma nel casino nessuno di noi se ne accorge. Finché Roberto Zaino, che era il nostro redattore sportivo, sente suonare, apre, guarda questi e dice: - Ma per che cazzo vi siete vestiti da poliziotti, dai, entrate e non rompete i coglioni. –

Non vi dico le facce di chi gli stava di fronte...».

E la faccia di Fausto Terenzi (pseudonimo, Silvestro Passerini "Che piace ai grandi e ai bambini") quando capisce di aver stabilito il più lungo ed esclusivo téte-à-téte della storia della radio: solo... con se stesso. «All'inizio non c'erano i tecnici», racconta Fausto, «facevamo tutto da soli, il microfono si azionava portando una rotellina verso la nostra sinistra. Io feci una trasmissione di quaranta minuti con la rotellina a destra. Vidi arrivare Borra: - Cretino, se vuoi andare in onda devi portare la rotella a sinistra se no parli per i muri -».

Magia della radio quella di parlare senza essere visti, anche con emissioni... personalizzate. «Gerry e io ci divertivamo a piazzare i nostri altoparlanti fuori della finestra», racconta Leonardo. «Scotti si nascondeva dietro le tende e col microfono in mano iniziava a parlare: - Buongiorno signora. - E vedevi la sciura che si guardava attorno. - Sì, dico proprio a lei che ha la borsa marrone. - E questa andava in panico totale perché si sentiva chiamare da una voce fantasma senza sapere da quale parte provenisse».

INSIEME COL COLLEGA BONCOMPAGNI MI SENTO MOLTO L'ISPIRATORE DI UN CERTO SPIRITO ANTICONFORMISTA, PROVOCATORIO, CHE HA ANIMATO E ANIMA TUTTORA LE RADIO PRIVATE. PERCHÉ QUELLO CHE HANNO FATTO ERA STATO PROPOSTO DA NOI IN «ALTO GRADIMENTO», UNA FORMULA CHE PREVEDEVA DUE CONDUTTORI IMMERSI IN UN' ATMOSFERA DA CAZZEGGIO, MOLTA IMPROVVISAZIONE, L'ARRIVO DI OSPITI

IMPROBABILI SPACCIATI COME SERI, L'INVENZIONE DI PERSONAGGI, IL LANCIO DI SLOGAN E TORMENTONI, LA PROGRAMMAZIONE DI JINGLE E SIGLE, IL PARLARE SUI DISCHI E UN CERTO TIPO DI SCELTA MUSICALE.

RENZO ARBORE

I primi giorni di marzo del 1980 a Radio Milano International sono giorni di festa; si celebrano cinque anni di vita e la casa discografica CBS fa un grande regalo: in diretta telefonica da Los Angeles c'è Michael Jackson. Resterà l'unica intervista concessa dalla popstar a una radio italiana. Intanto un TIR della radio, predisposto per trasformarsi in un palco su cui possono essere organizzati eventi di ogni genere, gira l'Italia.

In quegli anni cresce anche la pubblicità: le réclame di macellai e ristoratori lasciano il posto a sponsor un po' più facoltosi, meno restii a investire nel mezzo cifre consistenti. Cambia un po' per volta anche la qualità del messaggio pubblicitario e per confezionare il classico comunicato da trenta secondi, tanto durano in media gli spot, appare una nuova figura: il copywriter radiofonico. «Tu, tutte le stronzate che dici alla radio, le inventi o te le scrivono?». Con questa domanda di Alberto Cremona, un tempo direttore creativo dell'agenzia McCann Erickson, comincia la carriera nella pubblicità di Gerry Scotti: «Fu lui a proiettarmi in questo mondo. Cremona riteneva assurdo che le aziende trasmettessero in radio lo stesso comunicato che passavano in televisione o nelle sale cinematografiche. Come pubblicitario il mio compito era quello di spiegare alle grandi ditte, per esempio Coca-Cola, Martini, Saiwa, come fare i comunicati radiofonici». Un lavoro soddisfacente quanto quello che svolgeva in radio e di cui non poteva assolutamente fare a meno. «Trascorrevo otto ore in ufficio, ma durante la pausa, alle 13, invece di andare con i colleghi a mangiare il panino correvo in radio a fare *La mezz'ora del fagiano*. Era il Blob della radio, il peggio di quello che si potesse trasmettere: passavo i pezzi che gli altri non mettevano; facevo quiz finti. Sono riuscito a trasmettere anche durante il servizio militare», aggiunge Gerry Scotti. «L'ultimo periodo l'ho trascorso presso l'Ospedale militare di Baggio, a Milano. I sergenti, che ascoltavano la radio, mi guardavano sempre in modo strano e mi chiedevano tutte le volte: - Lei stamattina è andato a trasmettere? - No, rispondevo io, ho registrato ieri pomeriggio. Quello che avete sentito era un nastro. E loro: - E sicuro di quello che mi sta dicendo? - Lei mi ha visto saltare il muro? - ribattevo io. No, e allora? Invece il muro lo saltavo veramente per andare in radio a fare la mia diretta mattutina».

Con l'inizio degli anni Ottanta c'è un avvicendamento generale: si fermano Gerry Bruno e Beppe Fara, che per anni aveva condotto la celebre *Hot One Hundred*; Gerry Scotti raggiunge Cecchetto che ha appena aperto Radio Dee Jay mentre Leopardo va a Rete 105. Entrambi devono fare solo pochi passi per trasferirsi: basta attraversare piazza della Repubblica. Per un breve periodo, infatti, gli studi delle radio più note in Italia si trovano nel raggio di poche centinaia di metri: via Locatelli (Milano International), via Franchetti (Radio Dee Jay), via Turati (Rete 105). A Radio Milano arrivano Massimo Oldani, Kay Sandvik, Massimo Braccialarghe e i fratelli Di Molfetta, già noti come Linus e Albertino: «Due mesi dopo la chiusura di

Radio Music», ricorda Albertino, «mi chiamò Gigio per dirmi che poteva interessargli uno come me, anche se la radio in quel momento non aveva proprio bisogno. Mi disse che ero giovane, bravo e con l'energia giusta. Rimasi a Radio Milano un paio d'anni poi risposi all'appello di Cecchetto e me ne andai a Dee Jay». Senza mai mettere piede in radio era andato in onda anche Federico l'Olandese Volante con un programma registrato di un'ora e mezzo che si chiamava *Radio Mi Amigo* (il nome di una radio pirata).

Nel 1982, l'anno in cui esce l'album più venduto al mondo, cioè *Thriller* di Michael Jackson, e l'Italia di calcio guidata da Enzo Bearzot diventa campione del mondo, gli ascoltatori di Radio Milano sentono per la prima volta la *American Top 40*, un programma ideato e condotto da Casey Kasem: la più importante classifica del mercato discografico statunitense, diffusa in cinquanta nazioni diverse.

Nello stesso anno, dopo una breve esperienza a Radio Music, ritorna Fausto Terenzi e ricomincia a trasmettere nella fascia mattutina: «Il mio primo vero programma è stato *Bolle di sapone* e andava in onda dalle 7,30 alle 9. Era uno spazio per le dediche e mi dava anche la possibilità di inserire delle voci estranee, come faceva Arbore: in *Alto Gradimento*, Renzo registrava separatamente un intervento di Paolo Villaggio, poi uno di Walter Chiari o di Gino Bramieri e in trasmissione cercava di farli dialogare. Era una successione di botta e risposta, che alla fine avevano anche un senso compiuto. Cominciai proprio così, copiando spudoratamente Arbore. Ho inserito i personaggi nel 1985», dice ancora Terenzi, «dieci anni dopo aver iniziato a fare radio; recuperare degli attori sarebbe stato facile, ma io volevo il personaggio della strada, quello che ti trovi a fianco all'ufficio statale o al bar. È lì che nascono le idee più grandi, magari ascoltando uno che racconta di essere un grande amatore o il più furbo di tutti. Il primo ad aiutarmi nella creazione dei personaggi è stato Giancarlo Mingozzi, con cui ho ideato la storia dei muratori bergamaschi, quelli che vedevamo la mattina presto andando in radio, a bordo dei famosi Ford Transit: sette persone che dormivano e una che guidava. Perché non fare una gag su di loro? Ed è nata *Radio Cantiere Nework*. E veri bergamaschi sono Claudio Gallizzi, Franco Bramerio e Roberto Vaschetto, che faceva anche lo svizzero: anche grazie a loro sono nate in tutto quasi cento situazioni diverse».

A metà degli anni Ottanta Radio Milano subisce l'influenza della cosiddetta *British Invasion*: entrano di prepotenza in programmazione brani di Eurythmics Wham, Duran Duran e Spandau Ballet. L'invasione britannica è contrastata dall'affermazione della musica rap prima maniera (oggi definita old-school) di Grandmaster Flash e Africa Bambaataa. Quattro mesi prima dell'indimenticabile concerto benefico organizzato da Bob Geldof, Live Aid, Milano International compie dieci anni e si ascolta in tutto il mondo grazie alla trasmissione del segnale in onde medie sui 1300 Khz e in onde corte sui 6221.

Il 1986 si apre con due importanti novità: Angeli Borra decide di trasformare la sua radio, ascoltabile solo in una parte del Nord-Italia, in un network; inoltre con alcuni impianti inizia a diffondere su Milano il segnale della radio governativa americana Voice of America-Europe.

Intanto il gruppo del mattino, quello guidato da Fausto Terenzi, si allarga con l'arrivo di Paolo Dini da Radio Peter Flowers di Milano e del cantante pugliese Leone

Di Lernia. Si conoscono prima Terenzi e Dini e a metterli insieme è il titolare di una discoteca, che li interpella proponendo loro di fare una serata. «Lavorando insieme», racconta Paolo Dini,«scoprimmo che tra noi c'era feeling e diventammo amici. Dopo pochi mesi Terenzi mi portò a Radio Milano, dove trasmettevo dalle 6 alle 8, con il vantaggio di avere tutta la giornata davanti, poi mi fermavo a leggere il giornale mentre Fausto faceva il suo programma. Cominciamo: dice una cazzata lui e io rido, la dico io e ride lui, tutto questo magari col microfono aperto. Alla fine mi sono ritrovato in onda dalle 6 alle 10».

Ma l'arrivo più dirompente resta quello di Leone Di Lernia, una vecchia conoscenza per Fausto e Paolo «Veniva da noi, come in tante altre radio, a fare promozione ai suoi dischi», dice Dini. «Con educazione e garbo noi gli rispondevamo sempre: - Sì, sì non ti: preoccupare, ti faremo sapere -. Una volta ci salutiamo, ci stringiamo la mano e Fausto e io ci troviamo una banconota di grosso taglio tra le dita! Siamo scoppiati a ridere e lo abbiamo invitato in onda qualche giorno dopo». «In radio mi presentavo per gioco», tiene a precisare Leone. «Erano i primi tempi in cui si faceva il rap e le musiche house e io avevo inciso un disco alla mia solita maniera *Ce culo ca tieni*; lo feci sentire a Leonardo Leopardo, che me lo passò in onda. Fausto lo sentì e mi disse: - Leone, quel disco che passa Leonardo è tuo? - E ci mettemmo insieme per fare imitazioni e scenette». È il 1987 quando Leone Di Lernia fa il suo ingresso ufficiale a Radio Milano. «Inventammo alcuni personaggi, porcherie come la famiglia ortofrutticola di Mimi Schazzamupait, cose che avevano un consenso della madonna. La gente mi dimostrava il suo affetto e la cosa mi lasciò di stucco, perché ero abituato a vedermi chiudere tutte le porte in faccia. Comunque non credevo molto nella radio, dicevo: - Tanto non serve a un cazzo! - Volevo restarci solo quattro o cinque mesi, ma ci presi gusto». «Non si possono neanche immaginare le lotte che ho fatto per imporre Leone», precisa Terenzi. «Leone è molto più bravo dal vivo che in radio, se vai in giro con lui... ti trovi in situazioni in cui o vomiti o ridi». «Alla fine ci siamo messi a lavorare in tre tutte le mattine nel Fausto Terenzi Show», racconta Dini, «raccogliendo grandi soddisfazioni e una buona popolarità».

Give more power to the people; dodicimila persone al Palatrussardi; il ritorno del ruggito. Il 1987 è l'anno che vede cantare i disc-jockey di Radio Milano sotto il nome di International Beat Boys; riempirsi all'inverosimile il più grande palazzetto dello sport e della musica di Milano per la festa di Capodanno organizzata dalla radio; tornare Leonardo Leopardo Re Cecconi: «Nella seconda metà degli anni Ottanta a Milano International c'è stato un ritorno alle passioni americane, con artisti "black" come Alexander O'Neal, Rick James e Bobby Brown e si è dato un po' di spazio anche alla musica house. Ed è proprio per questo che sono tornato a fare un po' di boom boom in via Locatelli», racconta Leopardo. «Un altro che aveva capito questa nuova tendenza musicale era Jovanotti a Radio Dee Jay; marciavamo proprio di bestia».

Nel 1988 al marchio Radio Milano International si affianca un'altra denominazione: 101 network, per esteso One-o-One network, che sarà il nome del futuro. La radio si ascolta nelle principali città del Nord e del Centro; Mario Panda da' il via a Questa è la sera. All'inizio degli anni Novanta la radio cambia rotta

musicale e si mette in scia a tutte le altre concorrenti. Il rischio di venire etichettata come radio specializzata, tipicamente americana, spinge i vertici dell'emittente a scegliere una strada più popolare, proponendo agli ascoltatori la novità di una buona dose di musica italiana all'interno della programmazione musicale. «Il cambiamento lo si deve anche a una riqualificazione della musica di casa nostra», spiega Borra. «Ma ci siamo sentiti anche saturati dal discorso, portato avanti fin dall'inizio, di trasmettere musica prevalentemente straniera. È come quando uno fa una gita all'estero e inizialmente vede tutto più bello, ma col tempo si rende conto che le stesse bellezze si possono trovare anche a casa sua».

Alla fine del 1991 a Gigio D'Ambrosio viene in mente di creare una seconda stazione e chiede a Borra di garantirgli l'appoggio per la realizzazione di una radio completamente rock. Parte l'esperimento Rock FM, una radio che attualmente si ascolta a Milano e sulla Riviera Ligure.

Agli inizi del 1992 Fausto Terenzi decide di andarsene nuovamente e, seguito prima da Leone Di Lernia e poi da Paolo Dini, raggiunge Radio Montecarlo. Le ore della mattina sono ereditate da Massimo Valli: «Pensammo a duecento titoli diversi per la nuova trasmissione poi alla fine ne trovammo uno semplice: *Grazie della Compagnia*, come a volte dicono le persone quando si salutano». Valli viene subito affiancato da Pino Sarli, che interpreta i personaggi de *Il bravo giornalista*, *Cenzino*, *Pinotto*. Ai due si aggiunge Raffaele Fregonese che inventa i personaggi *Delta 12*, *Jula* e *Michele good morning*. Per il team di *Grazie della Compagnia* è stato un bell'impegno ogni mattina far sorridere la gente: tra i segreti, quello di divertirsi per divertire. «Uno dei momenti più imbarazzanti lo abbiamo vissuto quando è venuta in radio una pornostar, Francesca», ricorda Massimo Valli. «Questa arriva in radio truccatissima, ben pettinata, con una gonna lunghissima ma anche molto trasparente: la facciamo accomodare in studio e si piazza tra me e Raffaele, seduta su uno sgabello più alto dei nostri, in modo da dominare la situazione. Parte la diretta, riceviamo alcune telefonate degli ascoltatori e questa che fa? Inizia a divaricare le gambe: sotto la gonna non c'era niente, nel senso che non portava mutande. Vorrei che tutti», auspica Valli, «provassero una sensazione del genere, in diretta con gli ascoltatori e un "gattino" di quel genere di fianco. Non abbiamo fatto altro che chiudere in anticipo lo spazio delle telefonate perché ormai si era capito che in studio stava accadendo qualcosa di molto particolare».

Primo fra tutti gli show radiofonici della mattina a provare la strada del teatro, *Grazie della Compagnia* è arrivato per gradi al palcoscenico: «Dopo aver montato un piccolo spettacolo di cabaret», racconta Valli, «abbiamo girato per un anno e mezzo le discoteche di tutta Italia, poi il grande salto: lo Zelig di Milano ci ha tenuti in cartellone una settimana intera. Venivamo guardati con un po' di sospetto, noi, persone della radio, nel tempio della comicità milanese. Dopo una settimana di tutto esaurito allo Zelig abbiamo pensato che forse era il caso di continuare, così siamo stati nei teatri di Bergamo, Piacenza, Lodi e di altre città. Il teatro è qualcosa di magico, ti dà delle emozioni uniche», conclude Valli, «dei veri pugni nello stomaco». Oggi il programma che apre la giornata di One-o-One ha un nuovo nome e si chiama *La compagnia dei 101*.

One-o-One è passata attraverso le mode, e non sono state poche, di ben tre decenni, ognuna delle quali ha ruotato intorno a un fenomeno musicale. Inizialmente ha risentito della contrapposizione politica regnante negli anni Settanta, quando chi stava a sinistra portava l'eschimo e le Clark e chi invece stava a destra aveva i Rayban e le Barrows; ha subìto il fascino dell'elegante stravaganza bianco-nera degli Ska, dei ciuffi ribelli in testa e delle Clipper ai piedi dei Rockabilly; ha visto arrivare le teste rasate unite ai bomber degli Skinheads, i coloratissimi Punk, gli oscuri Dark e i quasi curiali New wave; ha assistito alla bizzarra abitudine di indossare il piumino Monclair, anche nei mesi estivi, e le Timberland dei Paninari; ha poi visto sorgere e mai tramontare veramente la tendenza del capello lungo, anche mal curato, accompagnato dalle "mostruose" magliette nere dei Metallari. E ora si trova nel mezzo delle ultime tendenze grunge, new cool e hip hop che vedono i ragazzi indossare felpe con cappucci o enormi camicioni, jeans di almeno due taglie più grandi, in testa cappellini di lana, una coppola o più semplicemente la bandana e ai piedi anfibi di ogni foggia e colore oppure enormi scarpe sportive.

Così è nata e si è sviluppata in ventidue anni di storia la prima radio privata italiana: «C'è tanta gente che in questo settore accampa dei primati», dice l'editore Angelo Borra, «ma soltanto noi possiamo dire di essere stati i primi ad avere avuto un contrasto con le istituzioni per quello che stavamo facendo. Qualcuno può anche dire che trasmetteva da più tempo di noi, però qui le forze dell'ordine sono intervenute, da altre parti no».

«A One-o-One e a 105», dice Claudio Cecchetto, «dovrebbe essere dato di esistere per sempre: ciò che hanno fatto è stato determinante per la radiofonia italiana. Quando penso a Milano International, lo faccio sempre in maniera positiva: è stata la radioscuola, il punto di riferimento per tutte le altre radio».

RADIO 105

La prima in tutta Italia

«Salta il trasmettitore di Milano mentre sono seduto al banco di regia. Alzo il cursore del microfono e dico: - Va' che libidine parlare nell'onda senza che nessuno ci senta: Cazzo, culo, cazzo, culo. Culo. Cazzo, figa, merda, culo -. Poi dopo un po' dico: - Novantanoviani di mmerda, mi fate schifo. - E allora gli altri: - E no, devi dire chi sei, se no...-. - È vero, sono Alex Peroni: mi fate schifo, fate tutti schifo. - La mattina dopo mi telefona Loredana. - Senti Alex, qui continuano a chiamare, dicono che la notte scorsa li hai insultati -. Ero andato in diretta in tutta la Lombardia!».

ALEX PERONI

in onda con: LOREDANA RANCATI
CLAUDIO CECCHETTO
GIANNI RISO
FEDERICO L'OLANDESE VOLANTE
LEOPARDO
MARCO GALLI
RINGO

Da un po' di giorni sulla sua radio Alberto Hazan, titolare di un'azienda che produce autoradio, sente un genere di musica che, senza possibilità di equivoci, non può essere la RAI a trasmettere: da dove viene quella musica? È sul quotidiano *La Notte* del 15 marzo 1975 che trova la risposta al suo interrogativo: viene da Radio Milano International. Hazan contatta Angelo Borra, il proprietario della prima emittente privata milanese, e dopo una bella chiacchierata decide che per il momento la radio gli interessa solo per fare pubblicità ai suoi prodotti. Intanto suo fratello Edoardo con altri 5 soci, tutti studenti, decide di fondare una radio. Frequenza, mixer e trasmettitore non costituiscono il vero problema, che è un altro: «Trovammo un appartamento in via Tito Vignoli», racconta Edoardo Hazan, «comprammo un trasmettitore da campo, prendemmo dei dischi da casa nostra e a un certo punto ci accorgemmo che non riuscivamo ad aprire la radio perché... ci mancava il nome. Discutemmo per una sera intera, venne fuori una serie di stupidaggini inaudite e alla fine ebbi questa folgorazione di chiamarla Studio 105, prendendo spunto dalla frequenza di emissione: 105.600 in FM. Piacque a tutti e così finalmente cominciammo a trasmettere».

Alle 15.40 del 6 febbraio 1976 gli ascoltatori del quartiere trovano una nuova frequenza su cui sintonizzarsi e su cui va in onda il copione comune a tutte le radio dell'epoca. «Trasmettevo io», dice Eddy Hazan, «e trasmettevano tutti gli amici e gli amici degli amici. Facevamo le tre, le quattro del mattino, era divertente, c'era sempre da fare, da inventare». Loredana Rancati, assieme ad altri, viene coinvolta subito nelle trasmissioni: «La sera ci si buttava sui microfoni, si parlava e si straparlava, bisognava mandar via col fucile chi era in onda. Chi poteva, portava anche altra gente per coprire queste ventiquattro ore di trasmissione; si trasmetteva anche di notte in diretta, si stava lì, si aspettava che uno si stancasse e si andava in onda». Anche Alberto Hazan sperimenta i primi timidi approcci con il microfono.

Quella che sarebbe diventata la "Canale 5" delle radio trasmette da due localini, una cucina e una saletta; c'è un tavolo con sopra un giradischi, un mangianastri e un mixerino tipo giocattolo. «Io sono stato forse il primo ascoltatore ad aver vinto uno dei giochi che aveva organizzato la radio», racconta Giampaolo Scarioni, «andai a ritirare il premio, dei dischi, e venni arruolato seduta stante come tecnico e poi regista: rimasi in radio 17 anni».

Nell'estate del 1976 Radio Studio 105 scende dal quinto piano allo scantinato: il posto è sì un po' più grande, ma si allaga ogni volta che piove e il tavolo del mixer viene appoggiato su una instabile pila di mattoni. Nel frattempo la Corte Costituzionale legalizza le trasmissioni radio-televisive in ambito locale: è più di un anno ormai che esistono le radio libere. Alle prime avvisaglie dell'estate Radio Studio 105 comincia a svuotarsi e la gestione diventa un po' disattenta, soci e amici vanno in vacanza, e alla radio ci pensa Alberto Hazan che comincia a sopportare le prime piccole spese. Nell'autunno del 1976, forte di questi investimenti, diventa socio di maggioranza: la radio si avvia verso un'organizzazione diversa e si trasferisce in Galleria del Corso, un punto strategico nel centro di Milano, dove hanno la sede le principali case discografiche.

É Loredana che mette le mani nel caos iniziale: sul retro di un manifesto viene scritto il primo palinsesto di 105. «Chi è libero al mattino? E inizio a mettere uno al

mattino... un altro al pomeriggio... così abbiamo cominciato a seguire una logica di interventi al microfono e io mi sono presa l'incarico di fare i primi turni, i primi palinsesti e, di conseguenza, i primi programmi. Non avevo nessun riferimento artistico», confessa Loredana, «tant'è vero che 105 l'ho voluta impostare su uno stile che non esisteva in Italia. Milano International ricalcava quello di Radio Luxembourg e quello delle radio americane, con queste voci basse e impostate; io pensavo invece che 105 dovesse essere la radio dei giochi e del sorriso». Il passo successivo è quello di valutare, tra gli amici rimasti, chi sapeva trasmettere e chi no. «Del gruppo iniziale sono rimasta solo io in onda», ammette Loredana. «Abbiamo fatto dei provini in giro e sono arrivati Max Venegoni e Alex Peroni, con queste belle voci che noi non avevamo mai avuto in radio».

Sovrapposizioni e accavallamenti di frequenze sono all'ordine del giorno e anche solo cambiando leggermente la posizione del proprio apparecchio slitta la sintonia con il risultato di scoprire solo dopo qualche minuto che non si stava ascoltando la stessa emittente su cui ci si era fermati inizialmente. Effetto finale: una estrema diffidenza sull'identità della radio ascoltata! «Come provino Max mi legge un articolo dal giornale», racconta Loredana. «Legge da dio - dico tra me e me, allora chiamo subito Alberto Hazan e gli raccomando di sintonizzarsi su 105 per sentire il notiziario. Max va in onda con le notizie, io richiamo Alberto e gli faccio - Hai sentito che roba? - No, non ho sentito niente, perché come al solito è andata via la frequenza ed è entrata la RAI. - Dovetti insistere non poco perché si convincesse che quello che aveva ascoltato era Max e non uno speaker della radio di Stato!».

Alex Peroni arriva a Radio Studio 105 dopo una breve, ma intensa esperienza a Radio Studio Uno Lombardia dove avviene il suo inconsapevole "battesimo dell'etere". «Ero con una sbarbata a casa mia», ricorda Alex, «e chiamai questa radio per chiedere un pezzo con una dedica. Quello che stava trasmettendo, Maurizio Calì, di solito faceva un programma rock e di colpo, tra Cugini di Campagna, Il Giardino dei Semplici, Mino Reitano e quant'altro, si sentì chiedere *Good times bad times* dei Led Zeppelin. Cazzo, non ci stava dentro! Mi fa in onda un panegirico di venti minuti, una dedica di due ore e poi mi raccomanda di non perdere il programma del lunedì seguente sui Led Zeppelin. Io dei Led Zeppelin sapevo tuttissimo, anche le scorregge, lui invece era un tuttologo che sapeva abbastanza di tutti i gruppi. Parte il giorno dopo con questo programma e dice delle imprecisioni: la data di nascita di Robert Plant non è quella giusta, gravissimo. Che faccio? Telefono alla radio? Ci ho pensato venti minuti, perché sai, telefonare alla radio...! C'è voluto tutto il mio coraggio, ma il ragionamento che mi ha spinto è stato: - Chiamerà tanta di quella gente che mi infilo in mezzo. - E invece in quei novanta minuti in radio (l'ho scoperto dopo) non chiamava mai nessuno. Allora chiamo e rispondono subito: - Cosa vuoi? Ah sì, glielo dico io -. Invece non gli viene detto nulla. Passa un'ora e questo continua a sbagliare, allora dico: - Cazzo, richiamo o no, richiamo o no? Tanto, chissà quanta gente avrà chiamato nel frattempo. Richiamo: -Ah sei ancora tu, vabbe' te lo passo -. Cazzo!, mi passa quello che sta trasmettendo alla radio, mio dio che gli dico? Avevo diciassette anni, farfuglio qualcosa: - ...Veramente Robert Plant sarebbe nato il venti maggio - E lui: - Ah, sei quello della dedica, vienimi a trovare un giorno che parliamo un po'. - Minchia, figuratevi il trip! Piglio l'autobus, la radio era in via Soperga e ogni

due palazzi c'era una casa cinematografica. Suono, mi apre la porta Renato Brioschi dei Profeti, che era uno dei soci. Cazzo, vado alla radio, suono un campanello, mi apre un vero cantante: Mio diiioooo! Mi cacavo addosso. C'era Max Venegoni dietro la scrivania, stava lì a rispondere al telefono perché era l'ora del ruscaggio della fighella per la sera: io ero uno sbarbato col sandalo, era il 5 luglio del 1976, dico che ho un appuntamento con Maurizio, mi siedo e aspetto. Intanto Venegoni faceva il figo al telefono: lui viveva lì, perché allora non c'erano stipendi e siccome era uno sbandato, gli avevano dato una stanza; doveva chiudere e aprire le trasmissioni. E chiudeva le trasmissioni alle tre, le quattro di notte, quando gli pareva. Metteva in onda il fischio (un metodo per impedire che durante la notte qualcuno occupasse la frequenza) e spesso riapriva le trasmissioni durante la notte, perché una figa al telefono gli chiedeva dei pezzi; lei gli diceva - Accendi la radio, perché così mentre parliamo ascoltiamo i Pooh - e lui accendeva la radio, quella vera, e le metteva su tutto l'LP. Poi alle otto non apriva mai le trasmissioni, dormiva, così arrivava sempre prima quello che doveva iniziare alle dieci. Insomma, io sono seduto lì ad aspettare con Max al centralino e Maurizio non mi chiama. Alle quattro e mezzo comincia il suo programma, io mi avvicino e lui fa: - Ah sei arrivato, pensavo non venissi più! - Non gli avevano detto un cazzo, figli di puttana. - Non c'è problema - fa lui - quando trasmetto stai lì e parliamo. C'era questo bellissimo tavolone con quattro microfoni che penzolavano, io mi siedo lì, parlo con lui, ogni tanto mi diceva - Mettiti la cuffia - ogni tanto spariva tutto, boh! Poi mi chiede dei Queen, dei Led Zeppelin, e alla fine mi fa: - Perché non vieni qui a trasmettere, a fare un programma - e io - Ma sei pazzo? Come faccio? - Qui per far andare le cose non ci vuole un cazzo: parlare parli bene, hai una bella voce - E come fai a dirlo, magari al microfono... - Guarda che ti ho sentito in cuffia - In che senso? - Eravamo in onda, sai? - Lui, quindi, le domande me le ha fatte in onda; stavo svenendo quando me lo ha detto. Insomma, mi ha detto vieni, io sono andato e ho cominciato a trasmettere».

Loredana Rancati, Max Venegoni, Alex Peroni sono i primi elementi della squadra di Radio Studio 105. Sette mesi dopo, in un caldo pomeriggio dell'agosto del 1977, Gianni Riso varca il portone di Galleria del Corso. «Sembrava Braccio di Ferro», racconta Loredana. «Aveva una maglietta a rigoni bianchi e blu e un'agenda. - Vi ho sentito... quanto date per fare il disc-jockey? - Mah, veramente qui non diamo niente a nessuno; un rimborso spese, beviamo un caffè, ci divertiamo. Tu piuttosto, facci sentire che cosa sai fare. Parte e va in onda facendo un casino che non ti dico: urla, fischi, di tutto. - Ma da dove vieni? - gli chiedo. E lui: - Dal Canada!». «In Canada avevo vissuto due anni e qualche mese», racconta Gianni. «Avevo fatto mille mestieri come tutti quelli che vanno là, e anche un po' di radio per la comunità italiana di Montreal: leggevo le notizie. Tornato in Italia mi mantenevo vendendo pantaloni, ma volevo trovare un lavoro part-time in queste radio private». «Decidemmo di farlo registrare per mandarlo in onda a notte fonda», spiega Loredana, «così avrebbe potuto fare un po' di palestra. Poi quando si fu rodato passò alla sera, quindi fu lui stesso a chiedere di trasmettere la mattina presto». «Io sapevo che in America era forte la mattina», dice Gianni, «mentre allora in Italia non c'era niente, i più bravi non facevano la mattina. E quindi ho avuto vita facile, lavoravo tranquillo dalle 7 alle 10». «Noi qui in Italia pensavamo che al mattino presto potessero ascoltare la radio

solo le casalinghe», conferma Loredana, «era un orario che non tenevamo in considerazione. E invece... la sua conduzione ha fatto scuola ed è diventato popolarissimo». «In Canada sentivo una radio molto colloquiale», conclude Gianni, «ma nel programma che facevo c'era anche tanto del mio carattere, questo modo di fare così un po' scanzonato».

Un prodotto così diretto, umorale, come la radio, dipende anche da come si compongono nell'insieme i caratteri di chi ci lavora: e per questioni di antipatie e simpatie nel corso del 1977 a Radio Studio 105 ci sono due arrivi molto importanti da Radio Milano International: P3, al secolo Piero Cozzi, e Claudio Cecchetto. La squadra è al completo: «Una formazione che allora era veramente come l'Inter di Herrera o il Milan di Sacchi», sottolinea Gianni Riso.

La giornata di Radio Studio 105 comincia con Riso, seguito da Max Venegoni (che legge anche le notizie), Loredana, quindi il pomeriggio *BOPS*, *Best of Pop and Sou*l: P3, Claudio Cecchetto, Alex Peroni si alternano con proposte, novità, classifiche musicali. «C'è stata una serie fortunata di coincidenze», dice l'editore Alberto Hazan, «volevamo fare le cose bene e ci arrivava la persona brava; avevamo voglia di fare e riuscivamo ad attirare gente creativa. E poi abbiamo cominciato a trasmettere musica da discoteca, insieme con molti brani italiani e questo piaceva agli ascoltatori».

Nasce la *Hit 105* e nel dicembre di quell'anno primo in classifica è David Bowie con *Heroes*, tallonato dai Queen di *We are the Champions*, seguiti a ruota da *La vie en Rose* cantata da Grace Jones, dai Bee Gees di *How Deep is Your Love* e Rod Stewart con *You are in My Heart*. La musica è tutto un fermento di novità che arrivano dall'estero e vengono prontamente rilanciate nell'etere. È la Febbre del sabato sera: nei cinema e in discoteca impazza la disco music, dalla radio alla pista da ballo accompagnano gli ascoltatori *You should be dancing*, *Disco Inferno*, *Disco Duck*.

Uno dei personaggi di punta dell'emittente è già Diego Dalla Palma, le cui opinioni a tutto campo vengono molto apprezzate dagli ascoltatori; appare il primo adesivo a scudetto che sostituisce quello rosso e bianco, preistorico, che raffigura la sagoma di un uomo in movimento.

I novantanoviani, termine con cui i disc-jockey si rivolgono agli ascoltatori per ribadire il cambio della frequenza, 99.100, su cui si ascolta ora la radio a Milano, si sintonizzano in massa per sentire *Big Match*. «Era un torneo fra cantanti», ricorda Loredana, «di solito eravamo in onda Alex e io, ognuno presentava il suo campione, che so, Claudio Baglioni contro Lucio Battisti, e così via... Si facevano ascoltare le canzoni in gara, con l'incoraggiamento delle *centocinquotte*, che erano le vocine registrate che facevano: - Round and round, comincia un altro round, - tipo ragazze ponpon. Aprivamo i telefoni e c'erano le votazioni o per uno o per l'altro, a eliminazione diretta, fino ad arrivare alla finalissima. Era una cosa pazzesca, ingestibile, scoppiavano i centralini».

La radio nei suoi programmi cerca sempre il contatto con gli ascoltatori. Il *Disco Lancio* all'inizio dei sessanta minuti scandisce le ore della giornata dei novantanoviani che cercano di partecipare a *L'ufficio del giorno*, trasmissione dedicata a chi in quel momento si trova al lavoro. Per gli studenti di ritorno da scuola

c'è *I primi della classe*: la classifica dei 20 brani preferiti scelta tra le migliaia che giungono alla casella postale 1448, il recapito anonimo scelto da Studio 105 (la Tua radio preferita, come recita uno degli slogan più gettonati), per mettere i disc-jockey al riparo dell'assalto dei fans.

Si respira un'aria di grande professionalità, sconosciuta altrove: «Eravamo organizzati fin da piccoli come una grossa azienda», ricorda Alberto Hazan, «avevamo reparti specifici con compiti ben definiti e tutti lavoravamo con entusiasmo». «A 105», dice Cecchetto, «ho veramente imparato a fare la radio organizzata, con un palinsesto, un organigramma». E 105, poi, parla e canta anche... in italiano. «A Radio Milano International», racconta Cecchetto, «prendevamo a modello gli americani e quindi sentivi *The best in town*... ma io provavo il bisogno di italianizzare questa formula di fare radio. Siamo partiti con i primi jingle in italiano: cantavamo al microfono passando la base da una cassetta all'altra e al quarto passaggio sentivi solo grandi cori, la musica era scomparsa. Quella è stata un'innovazione che ci ha portato parecchio fortuna, gli ascoltatori l'hanno apprezzata perché così potevano facilmente canticchiare le nostre sigle». La ricerca di professionalità è a tutto campo: c'è un'attenzione particolare alla produzione degli spot pubblicitari, che vengono registrati con le voci dei migliori speaker e doppiatori.

Non ci vuole molto prima che Radio Studio 105 giunga ad affermarsi: nel 1979 una delle prime indagini d'ascolto assegna all'emittente il primato a Milano e in Lombardia, in una classifica che vede a seguire Radio Montecarlo, Radio Milano International, Radio Meneghina e Radio Popolare. Mentre nei bar si mangia il panino novantanoviano Federico l'Olandese Volante, che ha ingrossato nel frattempo le file della formazione, porta *Woytjla Disco Dance* in cima alla *Hit 105,* e Gloria Gaynor svetta nella *Discomania*, la classifica dei motivi più ballati in discoteca. Come informa un premuroso dépliant, "Da un'antenna posta a 95 metri d'altezza nel centro di Milano, 105 raggiunge tutta la Lombardia". Per un po' di tempo capita spesso, chiamando un amico, di sentirsi rispondere al telefono: - Ascolto Studio 105 - . Se va bene, dall'altra parte della cornetta c'è Loredana, in diretta, ma guai a rispondere semplicemente - Pronto -; riferisce il quotidiano *La Notte* di un marito che ha picchiato selvaggiamente la moglie solo perché al trillo aveva risposto nel modo più ovvio, perdendo un favoloso premio, una Fiat Panda.

La popolarità degli animatori dell'emittente aumenta in maniera esponenziale e sono sempre più affollate le serate in discoteca: «Ci richiedevano nelle sale già l'anno seguente l'apertura della radio», dice Loredana, *La Chiacchierona*, nome con cui veniva proposta nei manifesti dell'Hollywood Club nell'estate del 1979. Alex Peroni è *Explosivo* e Gianni Riso *Sciammannato*. «Facevo mezz'oretta», continua Loredana, «la gente ballava con *You make me feel* di Sylvester, *Stayin' alive* dei Bee Gees, *Le freak c'est chic*", ma in realtà venivano per guardarmi in faccia, c'era curiosità, la radio era un fenomeno nuovo e i disc-jockey erano pari a divi della televisione. I nostri conduttori erano tutti ragazzotti semplici, simpatici, molto alla mano e forse era questa la ragione del nostro successo. Fra telefonate e giochi tutta 105 era di stampo completamente diverso dalla radio cui gli ascoltatori erano abituati, un po' cattedratica».

La radio si sviluppa anche in altri importanti settori, come quello della pubblicità, che deve rifornire di carburante il motore dell'emittente: «Dopo un anno e mezzo ho visto che questa radio funzionava veramente», racconta Alberto Hazan, «ma cominciava anche a costare. Allora ho aperto le Pagine Gialle, ho cercato l'annuncio più grande e ho chiamato la Publiepi, una concessionaria di pubblicità. Le ho affidato la vendita dei nostri spot: i primi mesi zero, l'anno successivo uno sbrego di soldi. Dopo un altro anno il denaro che arrivava dalla Publiepi mi pagava tutto, ma non mi consentiva di svilupparmi, di fare altre cose. Allora ho creato una struttura di quattro persone e abbiamo cominciato a vendere la pubblicità da soli. Il primo anno di attività abbiamo fatto più soldi della Publiepi».

Nel settembre del 1979 Radio Studio 105, che si è nuovamente trasferita, questa volta in viale Bianca Maria, è ospite con altre radio all'Ertel, una fiera dell'hi-fi: qui torme di giovani devastano letteralmente i locali dell'esposizione, alla ricerca dei loro beniamini. «C'era una specie di teatrino, dove la gente si sedeva», ricorda Loredana, «e noi col banco di trasmissione dovevamo fare una classifica in diretta. Io sono entrata, ho fatto soltanto un gesto di saluto e la folla ha cominciato a muoversi. Sembrava che tutto venisse giù! Mi hanno presa di peso i poliziotti, non sono neanche riuscita a dire Ah». Stessa sorte per Gianni Riso e Claudio Cecchetto.

È proprio un tifo da stadio quello degli ascoltatori, un tifo come quello che animerà Milano nel secondo week-end del marzo 1980. Un annuncio, dato nei notiziari della mattina del 7 marzo, invita gli ascoltatori a rimanere sintonizzati: "Attenzione: 105 sta per lanciare il primo record di durata con un disc-jockey in diretta, mai fatto prima. Il via alle 14 di oggi". «L'idea mi venne una domenica», ricorda Loredana, «volevo farlo io il record, ma Claudio Cecchetto mi dissuase: - Sei una ragazza, magari dopo un po' di ore hai il trucco che ti scende, le occhiaie, non è bello se poi vengono a fare qualche foto -. Allora lo proponiamo a Max Venegoni, e lui accetta. Decidiamo di partire un venerdì e lo diciamo nei notiziari della mattina. Alle 11,30 chiama Enrico Rovelli, il proprietario di Radio Music: - Facciamo anche noi il record di durata e partiamo alla stessa ora con Marco Galli, vediamo chi vince. - Mi scusi, ma non è una gara dico io», racconta Loredana. «Non si può, non vogliamo fare gare. - Come non si può, questo è un Paese libero -, ribatte Rovelli. - Voi fate quello che volete, vediamo chi dura di più -». Saltano tutti i piani, ma il rimedio, a 105, viene trovato in fretta. Due ore in anticipo su quanto annunciato gli ascoltatori sentono: Parte in questo momento il primo record di durata mondiale di un disc-jockey... e via con il primo disco, il *Disco Lancio* di allora, *Mister Luck* dei Number One Ensemble». Sono le 12 e 2 minuti del 7 marzo del 1980.

A Radio Music Marco Galli, che si sta ancora preparando, viene colto di sorpresa: «Quelli di 105 rifiutarono giustamente il confronto», dice Marco, «perché volevano avere tutta la storia: l'idea era loro, la mossa era loro, l'unica differenza era che Max lo sapeva e si era allenato, io invece ero andato in radio per trasmettere normalmente. Rovelli due ore dopo aver sentito l'annuncio di questo record mi dice: - Vai a casa e riposati perché fai il record! -. Gli rispondo: Ma tu sei pazzo... - Cazzo, sei un coglione se non lo fai; è la botta che ti serve -. E il venerdì alle due sono in pista con questa storia del record».

«C'era proprio un regolamento che avevamo dato a tutti i giornali», fa presente Loredana. «Max doveva parlare ogni tre dischi, e ci volevano anche delle telefonate in diretta per dimostrare che non era una registrazione. Ogni quattro ore c'era una pausa di un quarto d'ora e la visita medica, con una voce esterna che diceva: - In questo momento il medico sta visitando Max -». Ventiquattro ore e duecento dischi dopo, sabato 8 marzo: «Verso sera Max ha cominciato a non leggere più», ricorda Loredana, «gli dicevamo noi i titoli. Faceva ancora freddo, lo prendevamo di peso e gli facevamo fare un giro sul terrazzo; poi gli toglievamo le scarpe perché avevamo scoperto che in questo modo si riprendeva un po'».

A qualche centinaio di metri di distanza, ma vicinissimo sulla radio degli ascoltatori (un impercettibile spostamento della manopola dai 99.100 di Radio Studio 105 ai 99.700 di Radio Music) Marco Galli prosegue imperterrito: «Loro avevano un quarto d'ora di riposo ogni quattro ore», sottolinea Galli, «mentre il nostro record era proprio all'americana, non-stop: bisognava parlare, esserci con la voce ogni quattro o cinque minuti, se no eri squalificato. Ero cotto. Ero stanco. La notte era la parte più difficile e più facile allo stesso tempo: non dovevi animare, annunciavi. Mi ricordo che ero sdraiato su un lettino e avevo un microfono che mi calava in faccia, loro mi svegliavano e mi dicevano: - The Knack, *My Sharona* -. E io ripetevo: The Knack, *My Sharona*. E poi tornavo a dormire. Per tenermi su mi hanno fatto anche l'agopuntura».

Arriva la seconda notte, quella tra sabato e domenica e tutti i modi sono buoni per andare avanti; ci sono le telefonate di solidarietà, le visite in studio dei personaggi famosi: «Mi ricordo la Vanoni», dice Loredana. «Arrivo' anche Cecchetto da Roma (allora registrava *Discoring*) ed è rimasto in radio tutto il sabato notte per tenere su Max; da Lugano ha chiamato addirittura Mina». Max Venegoni arriva al traguardo a mezzogiorno di domenica 9 marzo, quando annuncia l'ultimo disco, ovviamente *99* dei Toto! «Quarantotto ore», dice Loredana, «era quello che avevamo stabilito. Radio Music ha finito dopo e ha detto: - Abbiamo battuto il record di 105 -. Ma a noi non interessava, a noi bastava essere i primi a fare il record».

Marco Galli smette dopo sessanta ore: «Ho mollato domenica notte alle due, stabilii il record europeo. Tutte le bobine registrate, tutto omologato dai notai. Il clima era devastante, era quello della radio ai tempi d'oro; altro che divi tv! In via Paolo Sarpi dovette intervenire la polizia perché si scateno' una rissa fra macchine di 105 e macchine di Radio Music; il Questore di Milano ci chiese di tranquillizzare gli ascoltatori: stava diventando un derby».

È forse l'ultima volta in cui Radio Studio 105 gioca la partita a Milano: aumenta la pubblicità e aumentano gli ascoltatori. «È stata una cosa naturale», dice Alberto Hazan. «Man mano che mi arrivavano i soldi dalla pubblicità compravo trasmettitori. Con il primo, quello del Monte Penice, arrivavamo lontano e ci chiamavano da Piacenza per fare pubblicità. Dopo un anno di pubblicità a Piacenza compravi i trasmettitori per arrivare a Varese e a Como. Dopo 6 mesi era la volta di Torino. Ovunque andassimo avevamo un successone, perché la radio suonava nuova, moderna. E sono cominciati ad arrivare i primi inserzionisti nazionali, come la Coca Cola». Radio Studio 105 diventa Rete 105, diventa network.

Dall'estate del 1981 le voci dei disc-jockey varcano i confini lombardi, rimandando le note del primo hit di Cecchetto, *Gioca Jouer*; ed è proprio Claudio Cecchetto il primo del gruppo storico ad andarsene, alla fine dello stesso anno, per fondare Radio Dee Jay. Per un Cecchetto che va un Leopardo che viene: «Entro in radio nel settembre dell'81», racconta Leonardo. «A Radio Milano International c'era la goliardia dei primi anni, 105 aveva un altro fascino: è stato il primo vero radio-business, vedevi che c'era qualcosa che si muoveva sul mercato, un marchio che veniva promosso, molta organizzazione».

Tempo un anno e il *Disco Lancio* si sente nelle più grandi città della Liguria, del Piemonte, in Emilia Romagna, Val d'Aosta, Veneto. Per i disc-jockey l'esperienza è entusiasmante: «Tutti siamo partiti nello stesso momento a far la radio in Italia», dice Alex Peroni. «Pero' noi abbiamo fatto il tipo di radio che è diventata nazionale. Adesso, quando c'è una radio che suona in un certo modo, dicono che "suona da network", c'è una differenza che la gente percepisce. Se risento oggi le cassette del '77, sono agghiaccianti, ma io ricordo che quella roba per noi era qualcosa di eccezionale perché rispetto a quello che mandavano gli altri era dieci volte meglio. Abbiamo costruito un prodotto che era da esportazione e quando arrivavamo nelle altre città c'era una differenza abissale fra tutte le radio che la gente aveva ascoltato e noi. Come abbiamo fatto non lo so, perché non abbiamo copiato nessuno e non avevamo davanti nessuno. Tutti i disc-jockey arrivati dopo», continua Alex, «hanno avuto dei riferimenti, comunque una strada segnata. Noi ce la siamo dovuta inventare, visto che i riferimenti conosciuti erano la radio americana oppure Radio Luxembourg e 105 non era né l'una né l'altra. Abbiamo iniziato a costruire la radio pezzo per pezzo», incalza Alex, «Claudio Cecchetto, P3 e Loredana in questo erano dei genii: di fronte ai problemi inventavano la tecnica su misura e, con i pochi mezzi a disposizione, mettevano insieme la soluzione migliore. Per esempio, parlare sui dischi fino all'attacco del canto, è stata una scoperta. Prima era esattamente il contrario; quando noi abbiamo iniziato, sembrava molto più giusto parlare sul cantato; se non avevi in sottofondo un disco per che cazzo facevi la radio? Se non parli sulla musica dov'è il bello?».

Nell'anno della vittoria dell'Italia ai mondiali di Spagna, il 1982, Paolo Rossi è ai microfoni di 105 come commentatore fisso. La musica comincia a risentire dell'ondata new wave: i PH.D. alla fine dell'anno sono in testa alla *Hit 105* con in classifica anche Human League e Soft Cell. «La musica», dice Alex, «era sempre fondamentale: come la usavamo poi era un altro discorso, pero' è stata la musica che ha fatto vincere 105. Noi possiamo essere bravi quanto vogliamo, ma l'importante è che ciò che dici sia coerente con quello che suoni. Se le due cose vanno insieme, vinci».

E la vittoria per 105 è veder aumentare la sua popolarità in tutta Italia, a mano a mano che il network si espande. «Anche tecnicamente siamo stati dei pionieri, dovevi arrangiarti da solo», dice Alberto Hazan. «La prima antenna che abbiamo messo sul Monte Penice l'ho portata su io con il mio primo antennista, Raffaello. Ci siamo arrampicati fin su dentro una 600 verde pisello. Era novembre, faceva freddo, quando siamo arrivati c'era una tempesta di neve. Raffaello saliva sull'antenna, dava un'avvitata, poi scendeva e beveva un sorso di grappa per resistere».

«Era una cosa esaltante mietere sempre nuovi successi», ricorda Alex Peroni. «Andavamo per la prima volta nelle discoteche a Piacenza, a Brescia, a Bologna, a Torino e venivamo accolti come degli dei. Era bello girare l'Italia, perché facevamo simultaneamente gli animatori nei locali e in radio e toccavamo con mano il fenomeno che avevamo creato». «Al di là delle telefonate e delle lettere, era andando alle serate», conferma Gianni Riso, «che vedevi l'affetto della gente, la passione per te, capivi che eri veramente un personaggio importante per loro».

Ci sono anche dei curiosi "incidenti di percorso" sulla strada della costruzione del network. «Dopo una cena siamo andati in radio in quattro o cinque», ricorda Alex Peroni. «Arriviamo su e salta il trasmettitore mentre io sono seduto al banco di regia. Comincio ad alzare il cursore del microfono e dico: - Va che libidine parlare nell'onda senza che nessuno ti senta, puoi dire quello che vuoi. Bello, bello -. E io ero l'unico a parlare perché gli altri erano tutti in un'altra stanza: - Cazzo, cazzo, cazzo. Uueeee. Cazzo, cazzo -. Insomma, mi sfogavo. Ogni tanto giravo per sentire se era tornato il segnale: Master, si sentiva perché ascoltavo dal banco di regia. Tuner, scccccccc.: niente, perché era quello che andava in onda. Benissimo, e allora tranquillo: - Cazzo, culo, cazzo, culo. Culo. Cazzo, figa, merda, culo -. Dopo un po' il gioco con cazzo e culo non era più divertente e allora faccio: - Cari ascoltatori... mi fate cagare. Novantanoviani di mmerda, fate schifo. E allora lì gli altri sono intervenuti: - E no cazzo, devi dire chi sei, se no... -.

È vero, ciao sono Alex Peroni: mi fate schifo, fate tutti schifo. È Alex Peroni a dirvelo. - Vado a letto bello tranquillo, abitavo ancora con i miei. Verso le nove meno un quarto mio padre mi viene a svegliare:

Guarda che c'è Loredana al telefono -. Pronto... -. E sento di là un casino. - Alex, qui è un manicomio, continuano a chiamare persone dicendo che tu la notte scorsa le hai insultate -. Io, ancora addormentato, non posso pensare che quello che ho detto in radio la notte precedente l'abbia sentito qualcuno. Poi piano piano si dirada la nebbia e capisco che cosa è successo, me lo confermano i tecnici della radio. Per quello che ne sapevamo noi, se saltava il trasmettitore di Milano, non andava neppure quello di Piacenza. Nessuno ce lo aveva mai detto, ma sembrava ovvio. Col cazzo! Perché c'era il "pilota", una parte indipendente del trasmettitore che mandava un altro segnale, per cui poteva saltare a Milano ma a Piacenza andava avanti a funzionare; e quel trasmettitore serviva per ripetere il segnale in tutta la Lombardia. Insomma, alla fine», dice Alex, «scrivo un comunicato in cui mi invento che una radio nemica si è inserita nella nostra onda e uno, spacciandosi per me (e per questo sarà perseguito) ha insultato gli ascoltatori. Io, invece, amo tutti. Ed è finita lì, hanno creduto alla smentita».

Nel 1983 Rete 105 passa gli Appennini; nell'agosto di quell'anno gli automobilisti che seguono le evoluzioni dell'elicottero della radio che informa sulle code in autostrada hanno ancora appiccicato sul lunotto l'adesivo "novantanoviano a bordo", ma presto dovranno sostituirlo: a mano a mano che il network avanza i novantanoviani milanesi diventano centocinquisti italiani. Alla fine del 1984, 105 si ascolta a Roma, e dieci anni dopo la sua nascita, la radio locale che trasmetteva dallo scantinato arriva in quasi tutta la penisola.

QUANDO NASCONO LE RADIO PRIVATE BONCOMPAGNI E IO NON CI PREOCCUPIAMO, PERCHÉ CAPIAMO SUBITO CHE NON HANNO I MEZZI, IL KNOW HOW PERSONAGGI NOTI COME QUELLI DI CUI DISPONEVA LA RAI. POI ERANO MOLTO DILETTANTESCHE, CON LE DEDICHE, VOCI IMPROBABILI PITTORESCHE. DI CERTO NON VEDEVAMO UN GRANDE PERICOLO NELLE RADIO LIBERE. PENSAVAMO: FARANNO TUTT'AL PIÙ IL «VORREI, MA NON POSSO», CIOÉ LA SIMIL RADIO. VA DETTO, PERÒ, CHE IL MODO DI FARE DELLE RADIO PRIVATE, CIOÈ L'IMPROVVISAZIONE E L'AGILITÀ, MI INCURIOSIVA, MI FACEVA PIACERE.

RENZO ARBORE

I problemi tecnici della costruzione della rete (centoventi trasmettitori) si sommano ai rischi penali, perché nessuna legge stabilisce che si possa trasmettere al di là dell'ambito locale. «È stato un periodo indimenticabile della mia vita», ricorda Alberto Hazan, «anche se vivevo nel terrore di qualche grana più grossa di quello che potessi sopportare. Dal 1980 al 1991 abbiamo collegato tutta l'Italia e man mano che andavamo avanti ci dicevano: - Adesso vi chiudono - e noi invece proseguivamo imperterriti; giravamo tribunali e ministeri per difenderci e cercare di sopravvivere. Aperta la strada, per gli altri network è stato più facile risolvere i problemi», conclude Hazan.

Arrivano nuovi animatori a rinforzare la squadra, ma la radio perde Loredana: «Dopo dieci anni c'è stata una divergenza d'opinioni con l'editore, che voleva sviluppare la radio con un'altra mentalità, con un profilo industriale, tutto molto pianificato e preorganizzato; io pensavo invece che tutte le trasmissioni e i disc-jockey dovevano restare come erano, il cuore pulsante della radio. Per me la radio doveva andare avanti in maniera molto artistica», conclude Loredana Rancati, «ogni giorno si dovevano creare delle cose nuove, così come era stato fino a quel momento».

È già nell'aria un cambiamento importante: i disc-jockey hanno sempre minori possibilità di operare scelte autonome, dato che l'emittente cerca un'unità e un'uniformità musicale. Prende piede la figura del programmatore e, con l'arrivo del computer, tutto questo processo subisce un'accelerazione. «All'inizio erano tutti innamorati delle tecniche stile Radio Montecarlo di Noël Coutisson», dice Federico l'Olandese Volante, «cioè fare queste cose da radio di giochi con dischi molto leggeri, poco specializzata, un po' zanzarona, che andava molto negli anni Settanta. Poi a un certo punto, a metà degli anni Ottanta, tutti i network hanno capito quello che si faceva all'estero, hanno capito che cos'era la radio, ed è partito il cambiamento».

Contemporaneamente emergono anche delle nuove tendenze musicali e a 105 ci sono delle conseguenze di carattere artistico: «*Saturday night fever* è stato il culmine di tutti gli anni della disco music vera», racconta Leonardo, «poi c'è stato l'arrivo della new wave, cioè Sting, i Police, tutti questi gruppi... Killing Joke, lo ska, una rivoluzione culturale che avevo seguito con attenzione. Ai primi dell'87 sentivo che stava arrivando qualcosa di nuovo e diverso e questa cosa era il passaggio della musica dagli studi di registrazione convenzionali agli studi di registrazione

casalinghi, quelli che adesso vengono chiamati home studios: era la house music, fatta in casa. E allora ho deciso di andare in una radio che mi consentisse di poter seguire questa nuova tendenza, così sono tornato a Radio Milano International».

Quell'anno, un'indagine d'ascolto dà a 105 quasi due milioni di ascoltatori: intanto muovono i primi passi verso il network anche altre radio, come Radio Dee Jay e Radio Dimensione Suono. C'è un nuovo rinfoltimento delle file dei conduttori: rientra Angelo De Robertis, arrivano Guido Monti da Radio Peter Flowers, Grant Benson dall'Inghilterra, e più tardi Paolo Cavallone. L'8 maggio di quell'anno viene trasmesso il primo concerto live: le note che suonano gli Style Council si possono ascoltare lungo la penisola fino a Napoli.

Con l'arrivo di Marco Galli parte il *Night Express*, la trasmissione che segna una svolta per i network: la riappropriazione dell'etere anche nelle ore notturne, abbandonate a se stesse dopo l'entusiasmo iniziale dei primi anni. Marco Galli era partito da 105 come ascoltatore: «Era il 1978 o giù di lì, ero al liceo e seguivo P3 col pomeriggio *BOPS*, era il mio numero uno, il mio idolo. Io ascoltavo, tiravo giù tutte le classifiche, mi segnavo tutti i dischi e un giorno ho detto: - Cazzo, voglio fare il disc-jockey, porca puttana, mi sono rotto i coglioni di ascoltare -. C'era una pizzeria a Sesto San Giovanni con sotto un locale che il proprietario voleva trasformare in un club», continua Marco. «Io mi sono offerto di pensare alla musica: con un amico abbiamo comprato i dischi e siamo andati giù. La prima volta che ho visto un mixer ho rischiato un collasso cardiocircolatorio perché non sapevo da che parte cominciare. Poi, piano piano, nei pomeriggi, ho fatto pratica. I primi tempi mettevo 'sti dischi... una cosa allucinante, erano delle cavalcate, non erano delle mixate: sentivi distintamente tutt'e due le batterie perché facevano: tututu tututu. Dopo due mesi ero diventato anche bravino, il locale iniziava a riempirsi di miei compagni di classe ed è passato di lì il proprietario di Radio Norditalia; mi ha visto, ci siamo messi d'accordo e ho cominciato a trasmettere da lui; dopo cinque mesi sono diventato suo socio. Passa un anno», continua Marco Galli, «e mi chiama Radio Music, che allora era a Bollate; là incontro tutta la razza dei disc-jockey, da Renzo Pozzato a Linus, a Franco Lazzari, a Massimo Braccialarghe e comincia la mia carriera. Sono a Radio Dee Jay quando un giorno squilla il telefono: dall'altra parte c'è Alberto Hazan: - Ma che ci fai là, tu sei da 105 - mi dice. Abbiamo pensato per te un programma particolare, la sera dalle 21 alle 24. - Così arrivo in via Turati. Il mio compagno di viaggio doveva essere Guido Monti, che però non poteva lasciare subito Radio Peter Flowers. Giusto in quei giorni Max Venegoni attraversava un periodo particolare, volevano spostarlo dal suo spazio tradizionale della mattina alla sera». È quindi in modo assolutamente non preventivato che nasce la coppia Galli-Venegoni con il *Night Express*. «Per due anni bello, tutto molto bello», ricorda Marco, «c'erano delle grosse affinità artistiche tra me e Max, ma c'erano altrettante incomprensioni perché i nostri caratteri erano molto diversi. Nel *Night Express* c'era un mucchio di spazio per momenti creativi», sottolinea Marco, «perché il ritmo della sera ti dà più possibilità a differenza del pomeriggio che è più serrato. Abbiamo fatto il cinema alla radio: Top Gun, Ghostbusters, con tutti i personaggi e gli effetti dei film».

Alla fine del 1987 a far parte del gruppo editoriale di Alberto Hazan (coadiuvato nella gestione della radio dalla sorella Jenny oltre che dal fratello Eddy)

arriva Radio Montecarlo e nel novembre dell'anno dopo Rete 105 è anche sulla carta: esce il primo numero di 105 Radio Magazine, un supplemento mensile di 16 pagine allegato a Tutto Musica e Spettacolo con notizie musicali, interviste, la posta dei disc-jockey. È il momento di massimo successo per il network milanese che l'anno dopo affronta e supera una situazione difficile: per 4 mesi dall'aprile al luglio 1988 viene messa in discussione la possibilità di trasmettere in tutta Italia e quindi la ragione d'essere della radio; con una serie di sentenze, diversi Pretori proibiscono a Rete 105 l'interconnessione, quindi i programmi devono essere diffusi non in contemporanea, ma sfalsati da regione a regione. Quando la Corte di Cassazione accoglie il ricorso presentato dall'emittente, per tutti i network si apre la strada verso la diffusione nazionale e la concorrenza si fa più agguerrita.

Il 3 luglio del 1989 va in onda per la prima volta la *Lambada* dei Kaoma, *Disco Lancio* che si farà sentire per molti anni a venire; nel marzo dell'anno seguente nasce *105 Classic*, radio prevalentemente musicale, una sonora macchina del tempo dedicata al revival degli hits del trentennio che va dal 1950 al 1980. Ma già appaiono i primi segni del declino nell'ascolto, sotto la forte concorrenza di Radio Dee Jay. «Erano già due anni che eravamo perdenti», dice Alex Peroni, «il primo segnale fu quando Dee Jay ci scavalcò a Milano. Il sorpasso totale c'è stato nel gennaio del '91: al termine di un'indagine d'ascolto, la radio di Cecchetto ci superò di ventimila unità».

Con la perdita del primato d'ascolto nazionale, Rete 105 vive un momento di crisi: si ritrova a essere ancora un'emittente per un pubblico giovane, ma ormai molti dei suoi ascoltatori, i più affezionati, quelli che l'hanno seguita dagli esordi, hanno più di trent'anni ed è difficile trovare la ricetta giusta per tenerli tutti in sintonia. Negli anni successivi viene superata sul piano degli ascolti non solo da Radio Dee Jay, ma anche da Radio Italia Solo Musica Italiana, Radio Dimensione Suono e dall'outsider RTL 102.5.

A metà degli anni Novanta Rete 105 diventa Radio 105. Dopo tanti risvegli insieme, Gianni Riso lascia gli ascoltatori della mattina per passare a intrattenere quelli dell'ora di pranzo. All'alba arrivano i *DDT*, i *Due Del Tredicesimo* (il piano cui sono localizzati gli studi della radio) Tony Severo e Paolo Cavallone, che, asserragliati nel loro appartamento, sopportano le visite inopportune di personaggi improbabili, come *Setolina*, *Manolo*, *Chicco Grezzi* interpretati dagli attori Fabrizio Maconi e Claudio Batta.

Il *Night Express* approda in televisione: è la fine di un lungo percorso, cominciato nel 1992 con le prime esibizioni *unplugged* in studio, tra le quali ci sono quelle di John Bon Jovi, Robert Plant e Ligabue. Una scossa, tanto che lo spazio per la musica dal vivo esce dagli studi della radio e si sposta nel 1994 al Gimmi's, un club di Milano, che vede sfilare sul suo palcoscenico, tra gli altri, Pino Daniele, Zucchero, Bob Geldof. Infine nel 1995 le esibizioni live prendono il carattere di veri e propri mini-concerti che vengono trasmessi da uno spazio appositamente attrezzato, il Propaganda. Dalle esibizioni di Edoardo Bennato, Litfiba, Raf, Irene Grandi viene ricavata una serie televisiva per il primo canale della RAI.

Se ora è più vicina al mondo della musica dal vivo, quello dei concerti, da chi vive invece fisicamente la musica, ballandola in discoteca, Radio 105 non si è mai

allontanata. Radio e discoteca sono due mondi paralleli: «Io ho sempre fatto serate in discoteca nell'ambito della mia carriera», dice Marco Galli. «Il disc-jockey può non andare in discoteca, ma è uno che rischia di perdere i legami con la realtà e con essa la parte più bella del suo mestiere: il contatto diretto. Se non vai a Catanzaro davanti a tremila persone non saprai mai le esigenze di Catanzaro: io che giro moltissimo, quando parlo per radio so perfettamente con chi sto parlando a Bolzano piuttosto che a Nuoro».

Tra radio e discoteca è cresciuto Ringo, che conduce nel pomeriggio *Disco Lancio*, diventato con lui una trasmissione di due ore. «Ho avuto una piccola esperienza in radio tra il '77 e il '78», racconta Ringo, «poi, nei primi anni Ottanta, ho passato un anno e mezzo a Londra a imparare l'inglese, a fare il punk... Mi mantenevo lavando i bicchieri nei pub e facendo il parrucchiere. Tornato in Italia ho cominciato a lavorare nelle discoteche: al *Sì o Sì*, la prima discoteca punk e new wave italiana; mettevo i Sex Pistols, B52's, gli Ultravox, i Ramones, in un periodo, il 1979, in cui le radio erano un po' troppo bombardate dal funky e dalla disco. Nel 1981 sono partito per Los Angeles e, affascinato dai primi dischi di break-dance, di rap alla Herbie Hancock, ci sono rimasto cinque anni e mezzo: lavoravo in una discoteca che si chiamava Ritz Club, sul Sunset Boulevard, e giocavo a pallone nel Santa Monica College». E sono ormai undici anni che Ringo gestisce a Milano, insieme con alcuni soci, una discoteca famosa in tutto il mondo, *l'Hollywood*. «Ho portato la novità del rap in radio», sostiene Ringo, «come undici anni fa ho portato il rock nelle discoteche di Milano». La musica rap che trasmette Ringo piace molto anche a Paolo Maldini, terzino del Milan e della nazionale, che ha deciso di vestire i panni del disc-jockey per proporla agli ascoltatori di Radio 105 in *Codice Rap*. La presenza di Maldini è stata di buon augurio per l'ultima importante tappa del network: Radio 105, assieme all'altra emittente del gruppo, Radio Montecarlo, ha potuto offrire ai suoi ascoltatori quello che per oltre sessant'anni è stato dominio esclusivo della radio di Stato: la cronaca in diretta di una partita di calcio della nazionale, Inghilterra-Italia, giunta il 12 febbraio di quest'anno da Wembley a milioni di italiani attraverso le voci di Enzo Foglianese, José Altafini e Aldo Biscardi, e quella più famigliare di Gigi Meroni, conduttore fisso del programma domenicale *Sgol*.

Non è solo musica che Ringo cerca di trasmettere quando fa un programma in radio. «Cerco di dare un sacco di energia, tanta energia. Non si puo' fare radio solo per rompere le scatole con la pubblicità, con le parole. La radio è un momento di comunicazione e in questi ultimi anni mi ha insegnato a conoscere di più le persone perché sono in contatto con loro. In discoteca», conclude Ringo, «tutti sono sempre euforici, perché sono lì per divertirsi. In radio, invece, c'è gente che mi chiama dall'ospedale o dalla stanza di casa per dirmi: - Ringo, sai che la tua voce mi mette allegria?- E questo mi fa stare veramente bene».

E come la radio va alla discoteca, la discoteca, o meglio, il disco-bar viene in radio con *Happy Days*, la trasmissione pomeridiana della banda di Marco Galli: Pizza, Doctor D, Fiore, Maurinaz, Savi e Montieri, DJ Codazzo. «Ero partito da una constatazione: la differenza tra le mie serate in discoteca e le mie trasmissioni stava diventando incolmabile», racconta Marco. «Quando facevo le serate mi divertivo, quando facevo la radio cominciavo a divertirmi meno. Perché? Perché mancavano

loro, gli ascoltatori, i ragazzi: pensavo che dovessero parlare tra di loro, io dovevo diventare un tramite. Mi accorgevo che la discoteca era in declino», continua Galli, «e che il disco-bar era in crescita come luogo di aggregazione. Quindi ho ricreato questa situazione in radio e ho messo in comunicazione la tribù degli ascoltatori; non posso farlo direttamente con un microfono, lo faccio con una linea telefonica, *l'Happy Line*». Gli ascoltatori registrano le loro osservazioni sulla trasmissione, i loro messaggi, i loro stati d'animo, che sentiranno in onda commentati live da Marco. «Ed ecco che oggi più che mai *l'Happy Days* è loro», conclude Galli. «Tutti i personaggi lanciati durante il primo anno sono diventati dei coprotagonisti, ma i protagonisti veri sono soltanto gli ascoltatori».

Radio Studio 105, che è stata Rete 105 e che ora è semplicemente Radio 105, continua a mettere in pratica una formula semplice e ancora valida, quella che ha fatto la sua fortuna: una radio partecipata, vicina a chi ascolta.

RADIO DEE JAY

La tv accende la radio

«Sono un ragazzo umile e tranquillo, uno che non può stare in un posto pieno di ragazzi perché altrimenti viene preso d'assalto. È chiaro che in certe situazioni sembro un divo, una rockstar, e se a volte non ho voglia di fare un autografo non è perché mi piace recitare la parte del figo, ma perché magari ho i cazzi miei, sono stanco e penso ai miei problemi».

ALBERTINO

in onda con: CLAUDIO CECCHETTO
LINUS
JOVANOTTI
MARCO BALDINI
FIORELLO
MARCO GALLI
MARIO FARGETTA
GERRY SCOTTI
AMADEUS

Il palco del Teatro Ariston, che la musica del Festival della canzone italiana ha reso tra i più famosi del mondo, è avvolto dai colori dei fiori in bella vista. Al centro della ribalta un trentenne, alto, magro, capelli lunghi ma non troppo. Si chiama Claudio Cecchetto e si è fatto strada nel mondo delle radio private, da dove è stato chiamato per presentare il Festival di Sanremo. Il compito impegnativo non turba il giovane dalla parlata svelta, nella sua testa navigano altri pensieri: «No, non ero emozionato, semplicemente non vedevo l'ora di tornare a Milano per inaugurare la mia radio: questo chiodo fisso nella mente mi ha aiutato molto nella conduzione della serata». Il giorno seguente è domenica primo febbraio 1982. In un appartamento al terzo numero civico di via Franchetti, a Milano, Cecchetto "accende" Radio Dee Jay. «Ci siamo trovati io e uno dei miei collaboratori, Massimo Carpani», ricorda Cecchetto, «la programmazione musicale era registrata su nastro, ma il computer che avrebbe dovuto assicurare la trasmissione automatica ha iniziato a fare di testa sua; lo abbiamo fermato e ci siamo messi al mixer noi due, per tutta la notte, a fare la radio come un tempo».

La popolarità di Cecchetto è in quel momento al livello più alto: ha lavorato a Radio Milano International e a Radio Studio 105, i settimanali pubblicano foto e informazioni che lo riguardano, quando si parla della categoria dei disc-jockey salta fuori sempre il suo nome. Ma per fare la radio che ha in testa Cecchetto deve passare attraverso la televisione. Il mondo del piccolo schermo lo ritiene il presentatore del futuro, l'alternativa a Mike, Pippo e Corrado. In tv lo porta proprio Mike Bongiorno nel 1978, dopo averlo visto presentare una serata benefica in un teatro milanese per Radio Studio 105. A Telemilano di Silvio Berlusconi, Mike gli fa condurre *Chewing gum*, un programma di novità discografiche; con la sua stella da sceriffo sempre appuntata sul petto (un portafortuna dice lui) lo nota la RAI che lo chiama un anno dopo per affiancarlo ad Awanagana e Rosanna Napoli nella conduzione di *Discoring*. Poi arrivano *Scacco Matto*, *Fantastico 2*, *Premiatissima* e *Popcorn*. Al Festival di Sanremo lo vuole il patron Gianni Ravera: «Mi chiamò per l'edizione del 1980 perché voleva un personaggio nuovo, un disc-jockey», ricorda Cecchetto. «Dopo aver accettato, iniziai a farmela addosso; solo quando mi disse che mi avrebbe affiancato Roberto Benigni tirai un sospiro di sollievo».

L'anno dopo Cecchetto non solo fa il bis ma, per la prima volta, dà al Festival una sigla: «Proposi a Ravera una canzone che avevo inciso in quel periodo, *Gioca Jouer*. Ravera disse: - Vedrai questo pezzo che cosa farà, vedrai». E infatti *Gioca Jouer* spopola e diventa un nuovo modo di ballare (le pose, inventate dallo stesso autore, sono sulla copertina del disco). Cecchetto spende tre milioni per l'incisione del pezzo e alla fine ne guadagna cinquecento.

Ottenuti i mezzi finanziari Cecchetto comincia il suo cammino autonomo nel mondo della radio: «Molti mi dicevano: - Se vuoi portare avanti le tue idee te le devi pagare», ricorda Claudio. «Appena avuta la possibilità ho aperto un'emittente tutta mia, e l'ho fatta esattamente come la volevo: così è nata Dee Jay».

A Milano questa nuova radio che trasmette solo musica, senza parlato, è sui 99.700 in FM, la stessa frequenza dove fino a poco tempo prima gli ascoltatori trovavano Radio Music. Federico l'Olandese Volante, Fausto Terenzi, P3, Marco Galli, Albertino e Linus erano le voci di questa emittente. Tutta la squadra viene

"segata" al completo, perché Cecchetto vuole partire da zero. «La prima mossa di Claudio per far notare che la radio era cambiata fu quella di rinunciare ai conduttori», ricorda Linus. «Quindi all'inizio solo musica. E ci ritrovammo tutti a casa». Tra i disc-jockey rimasti senza lavoro il più giovane è Albertino: «Fu un bel colpo. Io avevo iniziato a trasmettere seriamente proprio a Radio Music. Studiavo all'istituto per operatori turistici "Bertarelli" di Milano, avevo diciassette anni; tornavo a casa alle 15.20 da scuola, alle 16 ero già sul pullman che mi portava in radio, trasmettevo dalle 17 alle 19 e poi tornavo a casa. Tutta questa fatica non mi pesava perché la radio era la mia passione, la mia vita. E poi lavoravo insieme con i mostri sacri della radiofonia di quel tempo...».

Mostri o non mostri, Cecchetto va avanti per la sua strada: «Mettevo solo musica perché prima di tutto mi interessava far conoscere il nome della radio». C'è solo uno slogan in onda assieme ai jingle dell' emittente: "In poche parole tanta musica".

Gli obiettivi principali di Claudio Cecchetto sono due: primo, fare una radio per i giovanissimi; secondo, renderla immediatamente riconoscibile. Per visualizzare l'emittente propone quindi un marchio forte: un ovale che richiama i contorni di un volto umano, con una cuffia stereo intorno e la scritta Radio Dee Jay al centro. È l'elaborazione di un marchio che anni prima Cecchetto aveva utilizzato per pubblicizzare se stesso. Prima del contenuto viene ideata la scatola, il contenitore per ospitare piano piano, pezzo per pezzo, l'anima della radio e le invenzioni del suo creatore. La più importante è senz'altro quella che riguarda il nome, visto che dee-jay, scritta così, è una parola che non si trova in alcun vocabolario al mondo: «Adesso, dopo tanti anni, è diventata d'uso comune anche in America, ma l'ho creata io», sostiene Cecchetto, «scrivendo le lettere come si pronunciano, la D puntata e la J puntata, ovvero le iniziali della parola disc-jockey. Ricordo che in un'agenzia pubblicitaria mi dissero che tutti avrebbero letto quella parola in maniera sbagliata, cioè "degiai", ma aggiunsero che se fossi riuscito ad andare avanti e a impormi con quel nome avrei vinto».

"Sui novantanovemilasettecento, radio dee jay jay, radio dee jay jay" sentono tra un disco e l'altro gli ascoltatori... e la canzoncina di riconoscimento della radio, il jingle, diventa subito popolare. In realtà è un'altra delle licenze che si prende Cecchetto, muovendosi anche questa volta con una certa disinvoltura, qui fra le regole della radiotecnica: «In quegli anni, quando si parlava delle frequenze, si diceva: novantanove punto sette, novantatré punto nove, e trovavo che fosse una cosa a metà. Volevo una cosa piena e allora mi sono inventato i novantanovemilasettecento, un modo improprio per indicare una frequenza nella banda FM».

La radio che trasmette solo musica scatena anche le battute dei più scettici: «C'erano persone», ricorda Cecchetto, «che per prendermi in giro mi chiedevano come mai non avessi pensato di chiamarla Radio Giradischi». Ma un giorno il dee jay dell'ovale comincia a parlare in onda: «Feci un colpaccio», dice Claudio, «intervistai niente meno che Larry Hagman, l'attore che interpretava J.R., il ricco e cattivo della serie televisiva *Dallas*, che allora spopolava».

In pochi mesi il parco voci si allarga e insieme con Ronnie Hanson, che intrattiene soltanto in lingua inglese, alla fine dell'estate arriva Gerry Scotti. Prima dell'incontro con Cecchetto, Gerry si divideva tra Radio Milano International e un'agenzia per la quale inventava testi e campagne pubblicitarie. Il responsabile di questa agenzia gli aveva appena prenotato un biglietto aereo per gli Stati Uniti, dove si sarebbe dovuto recare per prendere parte a un corso di regia televisiva. Tutto è pronto per il trasferimento temporaneo Oltreoceano, ma arriva la telefonata di Cecchetto: «Avevo sempre sentito parlare di Claudio», dice Scotti, «lui ragionava in maniera diversa rispetto agli altri, puntava sempre in alto e nell'ambiente sapeva guadagnare qualche soldino. Poi era uno che si vedeva ovunque: in discoteca, in televisione, sui giornali». Cecchetto riesce a convincere Gerry Scotti a restare in Italia con una serie di proposte interessanti: un ruolo di primo piano a Radio Dee Jay, un posto nella televisione di un amico (Silvio Berlusconi) per fare la radio sul piccolo schermo e infine uno stipendio annuo davvero invitante. Le prime cose che inventa Gerry assieme a Cecchetto sono il *Disco Clock* e il *Premio Fedeltà*.

Nel 1984, sulle orme del canale televisivo musicale americano *MTV*, nato sei mesi prima, va in onda su Italia Uno *Dee Jay Television*, una rassegna di videoclip: «Me l'hanno fatta fare perché il mio personaggio era ritenuto ancora interessante», dice Cecchetto, «la cosa ha funzionato e io ho utilizzato la televisione per spingere anche quello che stavo facendo per i fatti miei». Innanzitutto la radio e poi i personaggi del mondo della musica che incidono per la sua etichetta discografica: Sandy Marton con il fortunatissimo *People From Ibiza*; Sabrina Salerno, che interpreta *Boys*; Tracy Spencer (*Run To Me*) e Taffy (*I Love My radio*). Tutti artisti prodotti da Cecchetto, in un business che si allarga anche ad altri settori. Ma il primo pensiero di Claudio va sempre alla creatura radiofonica: «La radio non si manteneva con la pubblicità, ma con il mio lavoro in tv e con le mie produzioni discografiche», spiega Cecchetto, che dopo aver traslocato con gli studi in via Massena, sempre a Milano, si inventa la Dee Jay's Gang, una società per la gestione e la diffusione del marchio su alcuni prodotti di largo consumo come gel per capelli, diari, astucci, quaderni e caschi per le moto.

«Tutte le radio avevano abbandonato i giovani», dice Cecchetto, «perché il mercato pubblicitario chiedeva di alzare il target, di catturare ascoltatori più anziani, che avessero a disposizione più soldi per acquistare i prodotti. Io ho fatto il contrario e mi sono rivolto ai teen-ager». Per i suoi ascoltatori, in età compresa tra gli undici e i ventiquattro anni, Cecchetto sceglie come musica la new wave inglese: un genere non tanto noto in Italia, ma che rende Radio Dee Jay unica e subito riconoscibile fra tutte le emittenti. «Ogni quindici giorni andavamo in Inghilterra a prendere valanghe di dischi», ricorda Dario Usuelli, ancora oggi programmatore musicale della radio, «e li mettevamo in onda tutti, senza pensarci su tanto. E allora sotto con Duran Duran, Spandau Ballet, Human League, Heaven 17, Yazoo, tutti gruppi che poi raggiunsero una notorietà incredibile. La cosa sorprendente era che le case discografiche italiane ci telefonavano per conoscere titoli e autori dei pezzi che passavamo». Il 1984, l'anno di *Dee Jay Television*, è anche quello in cui tornano a lavorare con Claudio alcuni dei vecchi animatori di Radio Music: tra i primi, Linus e Albertino. «Io facevo dalle nove a mezzogiorno», spiega Linus, «poi toccava a Gerry, che restava in onda fino alle

quattordici. Chiudeva Albertino, al microfono dalle quattordici alle diciassette. Tutto andava rigorosamente in diretta. Vietato registrare!». Linus costruisce la sua carriera partendo da una delusione d'amore: «Ho cominciato a trasmettere nel 1976 a Radio Hinterland Milano Due di Cinisello Balsamo, dove lavorava anche Gerry Scotti. Ero ancora uno studente e quindi facevo tutto a tempo perso. Andai avanti due anni e intanto avevo una storia con una ragazza che continuava a ripetermi che ero troppo immaturo, che pensavo soltanto alla radio, alla musica, ai dischi, e che mi avrebbe lasciato se non avessi messo la testa a posto. Mi mollò davvero e per reazione decisi di fare l'esatto contrario di quello che avrebbe voluto da me: il disc-jockey di professione».

Albertino va in onda la prima volta in una piccola emittente di Cusano Milanino, Studio Lombardia: «Avevo sedici anni, il proprietario era un amico di mia sorella. Dissi le prime cose di notte, durante un provino che mi fecero fare in diretta, perché la radio era così piccola che non aveva neanche un secondo studio dove poter registrare. Riascoltandomi dopo qualche anno mi sono vergognato, perché facevo di tutto per avere la voce grossa; facevo il verso ai disc-jockey più bravi e più affermati: per me il modello da seguire era Leopardo, e a ruota P3, un mito. Cecchetto non mi piaceva tanto come conduttore ma come creativo, era diverso dagli altri. Ero un po' imbarazzato quando mi chiamò», racconta Albertino, «lui era quello che presentava il Festival di Sanremo... Andai nel suo ufficio e subito gli dissi che la musica di Radio Dee Jay a me non piaceva. Cecchetto, da bravo venditore, mi convinse dicendomi che le cose sarebbero cambiate».

Tra gli ex di Radio Music che nel giro di qualche anno approdano al quinto piano di via Massena, c'è anche Marco Galli: «Un giorno ricevo una telefonata da Claudio. Mi dice che ho i numeri giusti, il look giusto, la testa giusta, ho tutto giusto; mi parla di Italia Uno, *Dee Jay Television*... tutto». Ma la parentesi targata Dee Jay per lui non dura molto: «Entrai sicuramente nella maniera sbagliata, nel senso che mi propose di fare il direttore artistico. Mi scontrai con i miei amici Linus e Albertino perché avevo in mente una radio più di massa, mentre loro andavano in un'altra direzione: dicevano che la radio non doveva avere le interviste, non doveva passare la musica italiana. Io litigavo per mettere l'album di Vasco Rossi e continuavo a dire che Radio Dee Jay non sarebbe mai arrivata al primo posto se non avesse intrapreso un cammino diverso».

Intanto il rapporto tra le reti della Fininvest e la radio si rafforza. Sugli schermi di *Dee Jay Television* a Cecchetto e a Gerry Scotti si aggiungono Kay (Rush) Sandvik, Linus e negli anni successivi Jovanotti, Amadeus e Fiorello. Anche Albertino all'inizio ha la sua parte, ma l'esperienza non è delle migliori: «Ero giovane e molto timido quando mi diedero la possibilità di fare televisione. È stata un'esperienza abbastanza traumatica perché non ho capito bene come sia cominciata e neanche perché sia finita tanto in fretta», ricorda Albertino. «A vent'anni se non hai un carattere forte, una cosa così ti cambia veramente la vita, ti sconvolge. Il programma aveva quattro o cinque milioni di spettatori e quando uscivi per strada te ne accorgevi perché la gente ti riconosceva».

Radio Dee Jay, continuando a frequentare il piccolo schermo con i suoi personaggi, si fa conoscere in tutta Italia, anche nelle zone dove sugli apparecchi

radiofonici arriverà solo alcuni anni dopo. Un buon vantaggio su tutte le altre radio: «È vero», ammette Cecchetto, «ma è anche vero che se non hai una radio forte, un buon prodotto, puoi fare tutta la televisione che vuoi...». «La televisione è stata fondamentale, non tanto nel successo iniziale, quanto in seconda battuta», dice Linus. «Avere un'immagine televisiva nazionale forte, di un certo tipo, ci ha permesso di acquisire ascolti ovunque, nel momento stesso in cui accendevamo gli impianti. Ci conoscevano già senza averci mai sentito: nel 1989 abbiamo attaccato il trasmettitore a Palermo e il giorno dopo c'erano già migliaia di nuovi ascoltatori. Ma prima di tutto», conclude Linus, «è servito aver messo in piedi una radio diversa dalle altre, originale».

Gran parte degli animatori che parlano ai microfoni di Radio Dee Jay si avviano a una rapida carriera televisiva. Amadeus arriva negli ultimi mesi dell'85, ma solo grazie alla sua pazienza e determinazione: «Io vivevo a Verona e Radio Blu Star, dove avevo iniziato a trasmettere, per me era già adrenalina pura. Degli amici di Monza mi raccontarono quello che stava facendo Cecchetto con la sua radio. - Cacchio che figata! - dissi; mandai subito qualche provino, ma come al solito andò male. Allora cercai una strada diversa: un amico di famiglia mi assicurò che aveva ottenuto per me un incontro con Vittorio Salvetti, il patron del Festivalbar, che in quei giorni faceva tappa a Verona. Arrivo nell'hotel dove alloggia Salvetti, mi faccio annunciare, mi siedo alla reception e aspetto, aspetto... una, due, tre, quattro, cinque ore. Dopo sei ore d'attesa era chiaro che Salvetti non si ricordava più dell'appuntamento, ma non volevo andarmene: - Prima o poi scenderà -, mi dicevo. Infatti scende, rimane un po' così quando gli dico che avevo aspettato sei ore, e in tre minuti gli racconto tutto quello che facevo e che avrei voluto fare, tra cui presentare il Festivalbar. Pensando forse di avere a che fare con un pazzo, Salvetti decide in ogni caso di portarmi con sé all'Arena dove c'era Claudio Cecchetto, il proprietario di quella famosa radio milanese a cui avevo spedito i provini. Vivevo a Verona, avevo visto tutte le edizioni del Festivalbar, scavalcavo i cancelli per entrare gratis... e ora entravo in Arena con Salvetti. Per me era il massimo. E stavamo andando da Cecchetto! Volevo morire! Salvetti mi presenta e Claudio parte con una raffica di domande; quella fondamentale è: - Tu vivi a Milano? - E io mi dico: - Vuoi vedere che se rispondo no, questo manda all'aria tutto. - Allora invento la balla: - Sì, sto a Milano e per vivere faccio il doppiatore di cartoni animati e telenovelas. - Mi chiede un nuovo provino e nel giro di qualche mese, esattamente il 10 ottobre dell'85, mi ritrovo in onda dalle 9 alle 11 su Radio Dee Jay. In capo a venti giorni», prosegue Amadeus, «ero praticamente un uomo distrutto: tutte le mattine mi alzavo alle 4 e mezzo per prendere il treno e raggiungere Milano. Ogni tanto sul tram mi incontravano le segretarie: - Cacchio, eh, Milano, guarda lì, sei appena arrivato in radio... ti stai dando alla vita notturna... sciambola... - Dopo un mese ho trovato a malapena la forza di raccontare tutta la verità a Claudio, che mi ha girato l'appartamento dove viveva Tracy Spencer. E poi da lì, praticamente, ho cominciato ad avere un aspetto un po' più normale».

C'è chi come Lorenzo Cherubini, in arte Jovanotti, arriva per fare solamente la tv, e poi fa la radio: «Lavoravo come disc-jockey nei locali e con un amico di Roma avevo già prodotto un disco che si chiamava *Walking*. Nell'estate dell'86 incontrai a

Palinuro l'ex moglie di Cecchetto, in vacanza da quelle parti: mi disse che suo marito sarebbe impazzito per uno come me e a settembre, quando ritornai a Roma, ricevetti la telefonata di Claudio che mi invitava ad andare a trovarlo. Mi prese subito per fare *Dee Jay Television* e quando venne a sapere che avevo trasmesso in radio mi affidò un programma di mezz'ora. Non ero in grado di fare la radio come voleva lui, perché aveva particolari esigenze di professionalità: io ero un po' cazzone però piacevo alla gente e ricevevo parecchie lettere». Jovanotti scopre sia la radio che la musica quattro anni prima a Cortona, il suo paese d'origine, in provincia di Arezzo: «Nell'82 con mio fratello più grande andai a Radio Foxies, una specie di centro sociale, e restai folgorato da questa stanza insonorizzata con i contenitori delle uova e piena di dischi. D'estate, il tradizionale periodo in cui la radio si svuota, mi misero al mixer a passare dischi con un jingle che annunciava: - Selezione musicale notturna -, e poi arrivò anche il mio primo programma parlato. Fino ad allora», prosegue Lorenzo, «avevo comprato sì e no tre o quattro dischi; dalla radio è nato tutto, la voglia di fare, di seguire la musica, di lavorare nelle discoteche. In più a Cortona c'è la filiale di un'università statunitense, con una presenza massiccia di americani: quindi ho avuto la possibilità di conoscere un sacco di gente degli Stati Uniti e grazie a loro ho scoperto il rap, il funky, tutta la musica nera. Il mio vero periodo radiofonico è stato quello iniziale», conclude Jovanotti, «perché col passare degli anni la mia presenza in radio è stata più che altro legata alla popolarità musicale che avevo conquistato, alla mia immagine: sentivi qualcuno alla radio di cui conoscevi già la faccia».

Siamo nell'Italia della Prima Repubblica e Gerry Scotti diventa così popolare da essere il primo disc-jockey a varcare la soglia della Camera dei Deputati; viene eletto nel 1987, nelle liste del "partito spettacolo", il PSI di Bettino Craxi. In tv Scotti passa da *Smile* a *Candid Camera*, al *Festivalbar*; ha già lasciato la radio, che intanto vede entrare nella proprietà un importante gruppo editoriale: «Fino al 1988 la radio è stata solo mia», spiega Cecchetto, «poi è entrato *L'Espresso*. Per dare prestigio al mezzo radiofonico occorreva che entrasse un grande gruppo: come avrebbe potuto svilupparsi la radio se non fossero entrati grossi capitali?». Radio Dee Jay si potenzia tecnicamente con una efficace rete di trasmettitori che le permettono di farsi ascoltare su buona parte del territorio italiano.

Passa un anno e dalla Sicilia arriva Fiorello: «Lavoravo in un villaggio turistico col fratello di Jovanotti, che mi portò in radio per far visita a Lorenzo. Cecchetto mi vide, io ero uno simpatico, sveglio, e mi disse di tornare il giorno seguente. Cominciai ad andare in radio alla mattina e piano piano mi ritrovai in onda con Amadeus in un programma che si chiamava *Mattinata Esagerata*. Poi lavorai con Tony Severo in *Stessa ora*, stessa radio, stesso programma e nella mitica trasmissione *Viva Radio Dee Jay*.»

Fiorello non era nuovo a esperienze di tipo radiofonico: prima di finire nei villaggi turistici si era fatto le ossa a Radio Marte Novantotto di Augusta, il paese del Siracusano dove è nato: «Facevo un programma che si chiamava *Summersound, per sudare a quaranta gradi centigradi* e con voce impostata dicevo: - Ok ragazzi, il vinile è fresco, everybody, get down... - In quanto a popolarità ero un po' l'Albertino di allora in Sicilia. Mettevo il funky di Commodores, Earth Wind and Fire, Billy

Ocean, Four Tops, e poi il Philadelphia Sound. Organizzai anche una caccia al tesoro radiofonica».

La vera "esplosione" di Fiorello avviene quando Cecchetto gli fa incidere *Veramente falso*, un album di canzoni portate al successo dai più grandi cantautori italiani che lui reinterpreta magistralmente. E al boom del primo disco si aggiungono quelli di *Nuovamente falso* e *Spiagge e lune*. Fiorello arriva a cantare anche le rime di Giosuè Carducci in *San Martino*: La nebbia agl'irti colli piovigginando sale... dai banchi polverosi delle scuole arriva dritta nelle hit parade!

È il momento in cui a Radio Dee Jay l'unione tra le varie forze artistiche fa la differenza: c'è il gruppo, la banda. «Solo nel momento in cui si è formato il gruppo la radio ha cominciato a decollare», ricorda Amadeus, «perché l'atmosfera era tranquilla. E alla tranquillità artistica si aggiunse quella economica quando arrivò il gruppo de *L'Espresso*». Anche secondo Albertino l'ambiente era unito, ma con una caratteristica particolare: «C'era chi si differenziava contrattualmente: erano i disc-jockey più vicini a Cecchetto, quelli che Claudio pagava di tasca sua e che seguiva, per ovvie ragioni, più di tutti gli altri; ci teneva a spingerli».

Sono gli anni in cui gli ascoltatori cominciano a sentire una musica diversa a Radio Dee Jay, e protagonisti del cambiamento sono Jovanotti e Albertino: «In Lorenzo, che era la persona su cui la radio puntava, ho trovato un complice, uno che mi ha dato una grossa mano», dice Albertino. «Insieme, trasmettendo i pezzi di Erik B and Rakim, Cameo, Run Dmc, Sugareal Gang, siamo riusciti a cambiare l'impronta new wave che Claudio aveva dato». «Senza presunzione, credo di essere stato importante», dice Lorenzo. «Con me il pomeriggio di Dee Jay è diventato dance, da ballare. Io ho portato tutta la musica nera, il rap, l'house». «Per dare spazio a questo genere abbandonammo i suoni crudi di un certo tipo di musica inglese», ricorda Dario Usuelli. «Indimenticabile *Pump up the volume* dei Mars; poi sono arrivati gruppi come S-Express e Beat Master. I filoni musicali che si sono susseguiti nel tempo e che noi abbiamo proposto sono stati diversi», continua Usuelli, «dopo l'house è arrivato il rap, seguito dalla techno. C'è stata anche una parentesi rock con gruppi tipo Guns 'n Roses e Nirvana e infine siamo approdati all'hip hop».

Tra i maestri dell'house, delle nuove tendenze musicali, ci sono anche e soprattutto quelli che in radio sono i cosiddetti tecnici, che qualcuno chiama anche fonici o registi, insomma "quelli che stanno dall'altra parte del vetro" come si sente spesso dire: sono loro a mettere le mani nella musica. «In tutto ho fatto sei dischi e in media, soltanto in Italia, ognuno ha venduto tra le quindici e le ventimila copie», dichiara Mario Fargetta. «Il pezzo *Music* è entrato nelle classifiche inglesi e americane. *Your love* è arrivato al numero uno delle vendite in Giappone; un altro è andato forte in Australia. Ogni pezzo ha il suo Paese».

Fargetta da sempre ha in mano la regia del *Dee Jay Time*, uno dei primi programmi lanciati dalla radio e l'unico ad aver resistito durante quindici anni di storia. «Mi affidarono la fascia pomeridiana quasi per caso e da lì io e Albertino cominciammo a costruirci il nostro spazio», dice Fargetta. «Eravamo molto autonomi da Claudio, troppo preso con le produzioni di Jovanotti e Fiorello. Il boom lo abbiamo avuto quando è arrivata la techno in Italia: l'unico network che ha avuto il coraggio di passare quella musica è stato il nostro e così abbiamo conquistato tutti i

ragazzi. In trasmissione», prosegue Fargetta, «mi diverto a far entrare i dischi in velocità mentre Albertino parla: questa tecnica lo gasa molto. Poi creiamo continuamente nuovi jingle e ci inventiamo diversi personaggi, anche virtuali, che si infilano tra un intervento e l'altro, come per esempio Giuseppe». Nel *Dee Jay Time* ci sono anche Molella, con il suo spazio personale *Molly for Dee Jay*, e Giorgio Prezioso, che si diverte a remixare tutto quello che gli capita tra le mani.

Oggi *Dee Jay Time* non è più soltanto un programma, ma un mondo, in cui il punto di riferimento è Albertino. Gli "abitanti" di questo mondo parlano tutti la stessa lingua (che è poi quella semplice ed essenziale di Alba), vestono allo stesso modo, ascoltano la stessa musica e sviluppano un forte senso di appartenenza al gruppo. Una specie di comunità in cui l'ingresso è vietato ai genitori e agli amici sfigati che non sono ritenuti capaci di capire i loro codici, i loro simboli. Albertino offre ai suoi seguaci i distintivi che valgono la patente di ascoltatori doc: videocassette e CD-Rom (come *Radionauta*), gadget di vario genere, ma anche le compilation con il succo della sua programmazione musicale. Alba, che con il *Dee Jay Time* raggiunge indici di ascolto simili a quelli di un programma televisivo, è per molti un mito: i fans lo aspettano sotto la radio per ore, se annuncia la sua presenza in una qualunque discoteca d'Italia sono migliaia a mettersi in marcia per vederlo, toccarlo, per sentirgli dire *Piac*, *Tranqui raga*, *Vai Alba bella lì*, i tormentoni che propone alla radio. Non è soltanto il disc-jockey più ascoltato, ma anche il più pagato: per un'apparizione di un'ora in discoteca c'è chi è pronto a dargli anche sette-otto milioni. «Nonostante tutto questo», dice Albertino, «sono un ragazzo umile e tranquillo, uno che non può stare in un posto pieno di ragazzi perché altrimenti viene preso d'assalto. É chiaro che in certe situazioni sembro un divo, una rockstar. E se a volte non ho voglia di fare un autografo non è perché mi piace recitare la parte del figo, ma perché magari ho i cazzi miei, sono stanco e penso ai miei problemi».

La dimensione che vive ora Albertino è stata costruita in circa tredici anni di lavoro a Radio Dee Jay, un periodo in cui non sono mancate le amarezze e i momenti difficili: «Cecchetto non mi cagava molto. Nei primi anni ho avuto uno scontro terribile con lui, perché non mi andava di essere un numero, volevo fare qualcosa di mio. Per cui gli dissi che se non mi avesse lasciato più libertà me ne sarei andato». L'editore lo accontenta e Alba si inventa uno spazio: «All'inizio degli anni Novanta mi sono accorto che le radio erano ormai tutte uguali. C'era ancora lo stereotipo del bravo disc-jockey, colto, tipo Alex Peroni, che era il mio antagonista: lui era il numero uno, quello che tutti seguivano. Ho notato che i disc-jockey da discoteca stavano spostando le masse senza avere il media, cioè senza un mezzo di comunicazione che amplificasse il loro messaggio e allora mi è venuto in mente di fare un programma totalmente dance, cambiando così l'impostazione del *Dee Jay Time*».

Nell'ora che precede lo spazio di Albertino viene sempre proposto un programma di gioco e divertimento, che spesso coinvolge buona parte dei disc-jockey della radio. Negli anni Ottanta è *Corsa Tris* a tenere banco: ognuno dei tre conduttori veniva abbinato a un "cavallo", cioè a un brano musicale, e doveva fare di tutto per convincere gli ascoltatori a votarlo. La presentazione dei cavalli avveniva nei primi

quattro giorni della settimana e il venerdì si svolgeva la gara finale, con centinaia di chiamate per votare il "puledro" preferito.

Poi è la volta del *Broccolo*, prima condotto da Gerry Scotti, quindi da Tony Severo: il gioco prevedeva la presenza in studio di un concorrente, uomo o donna non aveva importanza, che veniva corteggiato telefonicamente dagli ascoltatori. Alla fine del corteggiamento il concorrente sceglieva con chi, tra tutti quelli che avevano chiamato e si erano avventurati nella loro descrizione, trascorrere una romantica serata interamente offerta dalla radio... e come andava a finire veniva raccontato in seguito dal disc-jockey.

Alla fine del 1990 arriva *Viva Radio Dee Jay*, un programma in cui il conduttore, Marco Baldini, subiva le incursioni continue di personaggi-parodia della realtà di tutti i giorni. Tra le voci, naturalmente camuffate, anche quelle di Albertino e Fargetta, dj's sicilianissimi della fantomatica Radio Rosalia Network. «Il vero motore del programma è stato Fiorello», sostiene Baldini, «io scrivevo i testi e glieli passavo, lui arrivava sempre all'ultimo momento ed era bravissimo a leggerli di corsa e a entrare immediatamente nella parte, riuscendo subito a dare l'anima al personaggio: quando faceva *Gianfry*, il gay, lui in quel momento era veramente omosessuale. Non è da tutti», conclude Baldini. «Per me Fiorello è bravo in tv, ma in radio è un'altra categoria ed è la persona più capace che io abbia mai conosciuto».

Dietro il successo di Viva Radio Dee Jay, che ha ricevuto il disco d'oro per le centomila copie vendute della cassetta che conteneva le scenette migliori, c'è un lavoro di squadra. «La sinergia tra di noi era veramente forte», ricorda ancora Baldini. «Tutti partecipavano, tutti davano un suggerimento. Un vulcano di idee, una persona che mi ha aiutato moltissimo è stato Albertino. Era, comunque, un programma in cui emergeva lo spirito dell'intera radio, lo spirito deficiente di tutti noi». «Mi scatenai veramente», ricorda Fiorello, «e arrivai a creare trentadue personaggi uno diverso dall'altro; mi chiamò anche Gianni Boncompagni per farmi i complimenti.

Succedeva di tutto: una volta, con i crampi allo stomaco per la fame, andai al bar sotto la radio e presi un piatto di riso e piselli. Attraversai la strada e già sulle strisce pedonali iniziai a mangiarmi 'sto riso: una volta arrivato in radio, mi avvicinai allo studio, Baldini aprì la porta e ssbbemmm, mi volò tutto il riso coi piselli sul mixer, sui dischi. Mentre succedeva questo si sentiva: - Va in onda *Viva Radio Dee Jay*... - Minchia, allora in onda: - Ciao ragazzi, eccoci qui...- e Baldini (con accento toscano): - Voi non sapete ch'è successo, mentre vi parlo ho due chicchi di riso ancora in bocca... e molti di più se ne trovano sul nostro mixer. - Un'altra volta», continua Fiorello, «vado al solito bar, prendo un polpettone e lo mangio in tutta fretta. Arrivo in radio e Baldini mi dice: - Sempre in ritardo sei! - Mi dà la parola (dovevo fare il *Mostro inviato*, un inviato un po' cinico che aveva la stessa sigla del tg di Italia Uno, *Studio Aperto*, allora condotto da Emilio Fede) e con la voce del personaggio dico: - Buongiorno, sono il mostro inviato... aiaiai. - E Baldini: - Cosa c'è mostro? -e io - Mi sento male, ho mangiato un polpettone e mi è rimasto sul... aaahhh... scusate. - Mi hanno portato in ospedale per un blocco intestinale: una puntura, una lavanda gastrica e sono tornato proprio in chiusura di trasmissione. - Buongiorno, rieccomi, mi hanno fatto una bella lavanda... - Era tutto vero. Baldini lo disse anche in onda: -

Guardate che Fiorello è stato male veramente, ma lui è talmente pirla che nonostante tutto è rimasto *Mostro inviato*».

Lo spirito che regna in radio durante quei sessanta minuti non cessa alla fine della trasmissione. Molte gag continuano anche fuori: «A me Fiore faceva ridere per la capacità scimmiesca di riuscire a imitare qualsiasi voce o suono che sentiva», dice Baldini. «Mi ricordo una colazione fatta con lui in un bar, dove a servire c'erano due ragazzi: uno voltato verso la macchina del caffè e uno girato verso i clienti.

Quest'ultimo prendeva le ordinazioni e con una voce molto particolare le girava al collega. Quando il ragazzo delle ordinazioni andò un attimo in cantina, Fiorello attaccò dicendo: - Un caffè normale, due cappucci, un macchiato caldo... - e quello alla macchina del caffè gli diede ascolto preparando una montagna di roba. Al ritorno i due del bar litigarono duramente perché nessuno di loro aveva capito che cosa fosse successo. Un'altra cosa che Fiorello imparò a fare», continua Baldini, «fu il suono, il famoso ddiiinn, che si sente sull'aereo prima che tu possa slacciarti la cintura di sicurezza. Una volta a terra lui faceva ddiiinn e tutti si slacciavano la cintura; le hostess si incazzavano e imploravano i passeggeri di restare fermi. Incise anche una cassetta imitando le voci di *Tutto il calcio minuto per minuto*, con in sottofondo gli effetti sonori della partita: la cosa bella era che i cronisti, durante i loro racconti, bestemmiavano. Una domenica ci siamo fermati in un'area di servizio vicino a Brescia con questa cassettina nell'autoradio: quello che ci faceva benzina, quando sentì la bestemmia del cronista rimase sconvolto e richiamò con dei gesti il collega che stava nel gabbiotto per invitarlo a sintonizzarsi e ascoltare le partite. L'altro, che era già sintonizzato, lo guardava come per dirgli: - Sto ascoltando, ma non mi sembra che ci sia qualcosa di strano».

Una volta approdato in tv col Karaoke, Fiorello è costretto a lasciare *Viva Radio Dee Jay*, ma il vuoto viene colmato in poco tempo. «Dopo aver parlato con Cecchetto, Baldini mi chiese di provare a studiare un nuovo appuntamento per quella fascia», dice Amadeus. «Io ero veramente scettico, l'eredità che ci aveva lasciato Fiore era proprio impegnativa. Un po' per volta sono riuscito a individuare due o tre personaggi buoni, Luca Laurenti ci ha messo qualcosa di suo e così, quasi in sordina, abbiamo iniziato il *Baldini-AmaLaurenti*. La trasmissione è andata avanti per due anni, fino al '94 e ancora oggi, dopo tanto tempo, quando io e Luca andiamo in giro, in discoteca o al ristorante, la gente ci chiede di fare *Ombra* (la parodia di Ambra) oppure *Mimmo Seminario l'impresario*. Abbiamo proprio lasciato il segno!». «Era Luca Laurenti a fare *Ombra*», ricorda Baldini. «Quando Luca parla normalmente ha la voce nasale, ma quando canta la voce si trasforma perché inizia a utilizzare il diaframma: ti sembra di avere accanto due persone diverse. Una volta eravamo in un hotel e mi chiamò in camera spacciandosi per il direttore dell'albergo. Mi tenne un quarto d'ora al telefono per spiegarmi che avrei dovuto cambiare stanza e riuscì a farmi incazzare veramente senza che io mi accorgessi di nulla».

Per anni la mattina di Radio Dee Jay ha voluto dire Gerry Scotti e Daniele Milani. È stato poi il turno di Tony Severo, quindi di Amadeus e Fiorello insieme. L'eredità impegnativa di proporre un buon risveglio agli ascoltatori del network passa infine nelle mani di Marco Baldini, spesso affiancato da Giacomo Valenti («Una roba brutta!», dice di lui Baldini, «centoquaranta chili per un metro e novantasei

centimetri; la persona più invadente che io conosca») e dai Fichi d'India, una coppia di cabarettisti.

Spinta da uno straordinario gruppo di animatori, lanciata dalla televisione, sorretta da un potente gruppo editoriale, nel 1992 Radio Dee Jay diventa la radio privata più ascoltata in Italia, scavalcando Rete 105 che fino ad allora aveva dominato la scena. È alla fine di quell'anno che viene superato uno dei momenti più difficili. La mattina del 29 dicembre il tecnico incaricato di aprire gli studi scopre le conseguenze disastrose di un incendio doloso che ha mandato in fumo studi e apparecchiature. «Dopo poche ore eravamo nuovamente in onda», ricorda Cecchetto. «Ci siamo spostati dai nostri seicento metri quadrati ai sessanta di un piccolo studio da dove abbiamo potuto continuare a trasmettere». Lavorare in certe condizioni è molto difficile: «Sapevamo di non essere in grado di offrire una radio valida come quella del giorno prima»; continua Cecchetto, «e io vedevo tutti un po' abbattuti e demotivati».

Claudio passa una notte insonne e poi... la trovata vincente. La mattina dopo gli occhi increduli di tecnici e disc-jockey leggono le poche righe inviate via fax da Cecchetto: - Hanno voluto farci del male, noi rispondiamo facendo del bene. - Nasce così *Radiothon*, la prima maratona radiofonica in diretta giorno e notte per una settimana, a favore di *Lila* (Lega italiana per la lotta all'Aids) e *Anlaids* (Associazione nazionale per la lotta all'Aids). «- Ma che cazzo... Siamo nella mmmerda fino al collo e facciamo una diretta di giorno e di notte con ospiti importanti? Pensai subito dopo aver letto il fax di Claudio», racconta Amadeus. «E invece ebbe un successo pazzesco, perché ne parlarono tutti. Ricordo l'affetto degli ospiti che venivano a trovarci, come Raf, Zucchero, Eros Ramazzotti. Fu un'esperienza notevole, direi indimenticabile». «Al di là del buon risultato, della risposta da parte del pubblico, non solo con le telefonate, ma anche con i versamenti per la beneficenza», ricorda Cecchetto, «l'aver fatto questa cosa importante ha dato a tutta la radio la forza necessaria per reggere i due-tre mesi di permanenza in quei sessanta metri quadri. Non solo, dopo un paio di edizioni di Radiothon, Dee Jay si è ritrovata due milioni di ascoltatori in più, perché la gente ci ha conosciuto meglio».

Negli ultimi mesi del 1994 il gruppo artistico che ha costruito il successo della radio si sgretola: va in onda il divorzio tra Cecchetto e l'Editoriale *l'Espresso*, azionista di maggioranza. Cecchetto se ne va con l'idea di portare via il meglio di Radio Dee Jay e ricostruire tutto da un'altra parte, in un'emittente già attiva da qualche anno e di sua totale proprietà, Radio Capital.

Ma sono pochi quelli disposti a seguirlo. Oltre ad Amadeus, Luca Laurenti, Manuela Doriani e Nikki, nessun altro. Jovanotti e Fiorello sono con lui, ma, visti gli impegni discografici e televisivi, in radio sono ben poco presenti. Tutti gli altri rimangono al loro posto e la separazione lascia segni profondi: «Io l'ho sofferta tantissimo, ancora adesso mi dispiace», dice Albertino. «Cecchetto ha voluto fare il figo, ha sbagliato delle valutazioni, altrimenti la separazione si sarebbe potuta evitare. In quel momento ero al top della mia carriera e dissi a Claudio: - Sono il dee jay Albertino - quello che in onda fa piac. Secondo te io a quarant'anni sarò ancora qua a fare le stesse cose? Adesso mi sento di fare piac perché mi frutta un pacco di soldi. Me li dai se ti seguo? No. E allora ciao». «Quando diventammo numeri uno»,

sostiene Cecchetto, «dissi ai ragazzi: adesso dobbiamo cambiare tutto per consolidare la nostra posizione. E cambiare tutto significa nuovi sacrifici. Alcuni mi dissero: Che vuol dire? Che guadagneremo meno? Che avremo meno potere? Allora niente da fare. E mi voltarono le spalle».

Adesso Albertino è responsabile artistico di Radio Dee Jay, Linus è il direttore dell'emittente: «Io mi vedo più nel ruolo di tessitore, di quello che mette insieme tutti i vari pezzi, che assembla», dice Linus che ogni mattina è al microfono di *Dee Jay chiama Italia.* «Certo, sono uno che inventa, ma anche uno che a volte sfrutta cose che sono già nell'aria. Una sola cosa non "sento": le altre radio. Non mi interessano, ma non per superiorità o superbia. Lo faccio solo perché fondamentalmente mi piace che ogni cosa che noi facciamo sia lo sviluppo di quello che già stiamo facendo oppure che sia totalmente nuova. Altrimenti ognuno tende sempre a farsi influenzare dagli altri. La nostra linea editoriale», continua Linus, «prevede il reclutamento di personaggi che non abbiano origini convenzionali, perché la figura dell'animatore si è cristallizzata su certi canoni che non fanno parte del nostro modo di comunicare: il disc-jockey classico, infatti, è talmente preso dal sentire il suono, la propria voce nella cuffia, che si dimentica ciò che sta dicendo. È molto meglio che trasmetta qualcuno magari meno tecnico, ma molto più immediato e comunicativo». Ed ecco in onda, tra Paoletta e Marco Biondi, Federica Panicucci, Maurizio Mosca, Marco Santin della Gialappa's Band, Elio e le Storie Tese, Daria Bignardi, Guido Bagatta.

Radio Dee Jay più di altre emittenti è stata per molti un trampolino di lancio per il piccolo schermo o per la carriera musicale, ma quando si abbandona una radio per fare altro, prima o poi se ne sente la mancanza: «Avrei voglia di trasmettere da mezzanotte all'una, senza dire il mio nome, tanto basterebbe la voce per farmi riconoscere», dichiara Gerry Scotti. «Non escludo che quando mi prenderò una pausa di riflessione dalla televisione, la radio possa essere il mio rifugio. La televisione mi dà tanto, ma la radio mi ha dato di più; è la cosa che ho fatto meglio nella mia vita. La tv ti provoca un grosso stress, la radio», conclude Scotti, «è tutto un altro mondo, dove non ti sembra neppure di lavorare».

RADIO DIMENSIONE SUONO

A Roma non solo RAI

«Quando è nata la figura del programmatore musicale per molti di noi è stata una mazzata terribile, perché il disc-jockey ha perso una delle sue prerogative più importanti: poter scegliere la musica da trasmettere e quindi creare una tendenza, una moda. Oggi il termine disc-jockey è improprio; siamo diventati più che altro dei conduttori, dei commentatori dei fatti d'attualità, degli speaker».

ANNA PETTINELLI

in onda con: MAURIZIO MODICA
ROSARIA RENNA
MAURIZIO COSTANZO
FABER CUCCHETTI

La musica delle radio che hanno aperto a Milano non può arrivare fino a Roma, le voci sì: quelle forti e chiare del tam tam di radioamatori e patiti di *Alto gradimento*, che parlano dei primi passi mossi dai fratelli Borra di Radio Milano International e da qualche altro piccolo editore radiofonico di provincia. E allora tutti a consulto per decidere come creare anche a Roma delle stazioni radio. Ma dal punto di vista economico Roma non è Milano: chi ha i capitali non crede nello sviluppo di questo mezzo e dunque non investe. Il mondo dell'emittenza radiofonica capitolina allora si arrangia come può: giradischi, registratori, microfoni e quant'altro serve per dar vita a una stazione arrivano da casa o da qualche mercatino dopo essere passato per chissà quante mani.

Con un po' di fatica nell'estate del 1975 nascono Radio Roma, Radio Anna e Teleradio Roma Cavo; arrivano poi Radio Emme 100 e Radio Antenna Musica 101, dove muove i suoi primi passi anche Fabrizio Frizzi. «Radio che avevano come modello le famose stazioni americane», ricorda una delle prime voci romane, Anna Pettinelli, «ma risentivano anche dell'influsso della RAI, delle trasmissioni di Arbore e Boncompagni o di *Supersonic* di Gigi Marziali».

Nel 1976, sulle orme di queste prime emittenti, il tipografo Roberto Giorgio piazza in una piccola mansarda di via Eutropio, nel quartiere della Balduina, alcune apparecchiature di fortuna, collegandole a un trasmettitore già abbastanza potente per quei tempi: parte Radio Dimensione Suono, che sui 104.400 in FM si capta in molte zone del Lazio (qualcuno dice di riuscire a sentirla addirittura in Sardegna). Sono diverse le voci che si avvicendano al microfono, ma chi per primo riesce a catturare l'attenzione degli ascoltatori è Mario Tagliaferri.

Tra le discoteche romane che fanno tendenza in questo periodo ci sono *l'Alibi* e il *Much More*, dove lavora Faber Cucchetti, un diciottenne appassionato di musica rock. Nel '78 Cucchetti entra nella squadra di Radio Dimensione Suono, dove porta uno stile tutto suo: «Mi piaceva essere brillante ma anche molto schietto, vicino alla gente», racconta Faber. «Non ero uno di quelli con la voce impostata, non parlavo come gli speaker della RAI, molto imitati da tanti altri colleghi. Cercavo sempre di catturare le frasi più in voga tra i ragazzi del tempo e con quelle creavo dei tormentoni». Intanto RDS si trova a fare i conti con una agguerrita concorrenza e tra chi raccoglie sponsor per radio e tv locali c'è anche un giovane laureato, Eduardo Montefusco, impegnato assiduamente nella ricerca dei pochi negozi disposti a fare pubblicità.

Nel 1981 Montefusco entra in società con Roberto Giorgio, e in poco tempo diventa l'unico titolare dell'emittente: «Era ancora piccola quando l'ho rilevata, ma da quel momento abbiamo potenziato gli impianti e acquistato altre frequenze nel Lazio e nelle regioni circostanti. Vivendo in una città come Roma», sottolinea Montefusco, «abbiamo incontrato parecchie difficoltà ad allargare il nostro raggio d'azione, sia a livello tecnico che commerciale».

Facendo leva sulla professionalità di Antonella Condorelli, Silvio Piccinno, Branko, che si aggiungono a Tagliaferri e Cucchetti, RDS vede crescere notevolmente la sua popolarità. Al mitico *Piper* vengono organizzate le *Super Bowl*, serate danzanti con la musica proposta dall'emittente, mentre la Roma di Dino Viola, domenica dopo domenica, macina risultati sempre più importanti che la proiettano in

testa al massimo campionato di calcio. «In quel periodo la Roma era guidata dal brasiliano Paulo Roberto Falcao», dice Montefusco, «siamo riusciti a contattarlo e a portarlo ai nostri microfoni per fargli fare un programma in onda tutti i lunedì all'ora di pranzo». E così che nasce *Balançando*, un'ora di chiacchiere sui risultati dei giallorossi al ritmo di musica brasiliana: in studio con Falcao, da molti definito l'ottavo Re di Roma, c'è anche il fratello Pato. «Un'idea che ci ha portati ad avere una marcia in più rispetto a tutte le altre radio romane», prosegue Montefusco. «In quei sessanta minuti la città si fermava; quando il calciatore usciva dai nostri studi eravamo costretti a chiamare la polizia perché c'erano migliaia di persone ad attenderlo. Falcao è rimasto a RDS quasi quattro anni e quando la Roma ha vinto lo scudetto anche noi abbiamo conquistato il nostro tricolore, quello della popolarità. Per una radio ancora molto piccola ingaggiare un personaggio così noto è stata una vittoria che ha dato la spinta per costruire un grande network».

Nel giro di pochi anni Radio Dimensione Suono cambia due sedi: lascia la piccola mansarda della Balduina e si trasferisce dapprima all'Hotel Ritz, per poi sistemarsi definitivamente in viale Mazzini, a due passi dalla palazzina di comando della RAI. Intanto gli aficionados dell'FM romana si godono alcune nuove iniziative: a Radio Luna, Cicciolina conduce un talk show notturno dai toni molto piccanti che fa parlare tutta l'Italia.

Nel 1983 Faber Cucchetti, che ogni venerdì pomeriggio trasmette la sua *Top 25 Dance Music*, delle cui locandine sono tappezzati tutti i negozi di dischi, è l'idolo dei giovani romani: «Giravo per strada e c'erano i ragazzini che mi rincorrevano per avere un autografo», ricorda Cucchetti. «In radio ricevevo ogni giorno almeno una ventina di affettuosissime lettere. Mi chiamò anche Pippo Baudo a *Domenica In* per mostrare in tv come si faceva lo scratch, la tecnica di muovere avanti e indietro il disco sotto la puntina, con cui i disc-jockey da discoteca di allora animavano le proprie serate». *Dimensione Dance*, programma di musica mixata in onda il venerdì e il sabato notte, vede sempre dietro i piatti Faber Cucchetti che, dismessi i panni rock, scatena decine di giovani falsari; tutti ragazzi che dopo aver registrato il programma alla radio, lo duplicavano in migliaia di copie e lo vendevano clandestinamente al mercato di Porta Portese.

Nel 1988 la radio recluta uno dei personaggi radiotelevisivi del momento, Anna Pettinelli, che arricchisce l'emittente della sua grande esperienza: «Ho iniziato nel '78, per caso. Ero andata a far visita a una di quelle piccole radio che quotidianamente assillavo con le mie richieste musicali; quel giorno erano rimasti senza conduttrice, mi chiesero se volevo provare e... non ho più smesso». È una voce il cui volto è ben conosciuto dagli ascoltatori: l'hanno vista presentare per due volte il Festival di Sanremo (nell'83 con Isabel Russinova ed Emanuela Falcetti e nell'86 con Michele Gentiloni), diverse edizioni del programma musicale *Discoring* e interpretare sul grande schermo una parte nel film dei fratelli Vanzina *Sapore di mare*, storie di passioni giovanili targate anni Sessanta. «Sono arrivata a RDS nel periodo in cui si facevano grandissimi scherzi», ricorda Anna. «Un giorno annunciammo l'atterraggio di alcuni dischi volanti in provincia di Roma: ci chiamarono in tanti, anche la polizia che voleva sapere quali erano le nostre fonti; tutti si scordarono che era il primo d'aprile!». Se le bugie pagano, a volte l'estrema

sincerità no: «È una grande soddisfazione sapere che quando apri bocca la gente ti crede, ti prende sul serio, ma un giorno me la sono vista brutta: il fan club di Sofia Loren mi chiamò per ricoprirmi di insulti dopo che avevo detto in diretta che la loro beniamina si era rifatta tutta», confessa la Pettinelli; «un'altra volta un gruppo di persone mi ha aspettato fuori dalla radio perché avevo osato parlare male di Mina». Meno coraggiosa si dimostra Anna ai suoi esordi, quando pur di non urtare la suscettibilità dell'artista che le sta di fronte si accomoda dove non avrebbe mai pensato: «La mia prima intervista l'ho fatta a Lucio Dalla quando avevo sedici anni. Una sera, prima di un concerto, entrai nel suo camerino armata del mio solito scaldapizzette, un registratore a cassette che utilizzavo in quegli anni. Dalla mi disse: - Accomodati pure - mostrandomi una sedia su cui c'era un paio di sue mutande zozze. Non era proprio quello che ero intenzionata a fare, ma dopo i suoi ripetuti inviti fui costretta a sedermi su quell'insolito cuscino».

È nelle regioni del Centro e del Sud Italia che nella seconda metà degli anni Ottanta avviene lo sviluppo maggiore di Radio Dimensione Suono: aree geografiche dove è presente anche Radio Kiss Kiss di Napoli; ed è proprio con la vivace emittente campana che RDS innesca la prima battaglia degli ascolti. «Ma il grande balzo lo abbiamo fatto tra la fine degli anni Ottanta e gli inizi dei Novanta», dice Montefusco, «chiedendo allo Stato la concessione per trasmettere sull'intero territorio italiano e rafforzandoci anche al Nord. La radio privata è nata a Milano e noi abbiamo sempre dovuto confrontarci con concorrenti molto agguerriti e dotati di un grande bagaglio finanziario. Insomma», conclude Montefusco, «una cosa è partire con un network da Milano, la città per antonomasia della pubblicità, un'altra cosa è partire da Roma».

Nascono e si sviluppano anche Radio Dimensione Suono Due e Dimensione Suono Roma, due emittenti che permettono a Montefusco di raccogliere la pubblicità locale che la legge gli impedisce di trasmettere sul network. Le due radio si trovano in competizione con altre agguerrite emittenti come Radio Globo e Radio Centro Suono, la prima radio a lanciare messaggi clandestini per fornire informazioni sui luoghi segretissimi in cui si tengono i rave party (le feste itineranti non autorizzate a ritmo di techno, ambientate nei capannoni in disuso o sulle spiagge del litorale romano).

Dal 1992, con più determinazione, ai disc-jockey di Radio Dimensione Suono Network viene imposto di essere meno protagonisti, perché l'editore decide che deve essere la radio, nella sua globalità, con il suo nome e il suo marchio, a tentare la conquista del favore degli ascoltatori. «Mi venne chiesto di realizzare una radio con molta più musica, sull'onda del successo di Radio Italia Solo Musica Italiana, Latte e Miele, Italia Network», ricorda il direttore artistico di RDS, Marco Minelli. «Pensai subito a un'emittente nazionale totalmente nuova, con uno stile ben definito: - RDS, Radio Dimensione Suono, 50% musica italiana 50% musica internazionale, 100% di grandi successi - abbiamo cominciato a dire in onda agli ascoltatori, ed è letteralmente quello che abbiamo fatto; in più ogni ora decidemmo di trasmettere "non-stop", quattro canzoni di seguito, senza interventi dei disc-jockey o interruzioni pubblicitarie. Abbiamo anche cercato di privilegiare il contatto col pubblico», prosegue Minelli, «un esempio è *Una canzone per te*, quando ogni ora un ascoltatore annuncia in diretta il suo disco preferito».

Questa trasformazione, che già nel giro di un anno porta risultati d'ascolto eccezionali, richiede per contro ai professionisti della chiacchiera di essere brevi e concisi: «È vero, adesso ho molto meno tempo a disposizione rispetto al passato», dice Anna Pettinelli. «Ma questo ti dà lo stimolo per essere essenziale e quindi evitare, per dirla alla romana, il cazzeggio. Puoi parlare della Divina Commedia in tre minuti o in tre ore, dipende dalla sintesi che sai fare. L'intervento deve essere rapido», conclude Anna, «non puoi permetterti di tenere in onda un ascoltatore per venti minuti, come capitava una volta, e fargli raccontare la sua vita: oggi non interessa più a nessuno». «Io sono una gran chiacchierona», dice Rosaria Renna, l'altra voce femminile di Radio Dimensione Suono, «quindi per me è una vera e propria sfida dire tutto in poco tempo; ma è un bene che la gente possa ascoltare più musica». Regole meno ferree per Maurizio Modica: «Sono più di quattro anni che trasmetto la mattina tra le 6 e le 10 e non posso rivolgermi agli ascoltatori con la rapidità del pomeriggio: vista l'ora mi viene dato qualche secondo in più per parlare. Quindi il mio modo di comunicare è più tranquillo, pacato». Marco Minelli si rifà a uno studio scientifico per spiegare il motivo dei tempi così limitati per la comunicazione verbale: «Dopo 120 secondi l'attenzione dell'ascoltatore inizia a sfumare».

Ai momenti radiofonici più ricchi di contenuti viene comunque garantito lo spazio dovuto: l'informazione da qualche anno è diventata il cavallo di battaglia di RDS, come di altre emittenti private. Una scelta azzeccata secondo Maurizio Costanzo: «Una radio di solo cazzeggio non è sentibile, ma una radio che oltre al cazzeggio può contare su un buon reparto news, è tutta un'altra cosa». «I nostri notiziari vanno in onda 24 ore su 24», spiega Minelli, «e terminano sempre con uno spazio dedicato allo sport, di cui si occupa una redazione autonoma. Poi ci sono le grandi firme, primo fra tutti Maurizio Costanzo, in onda nei giorni feriali con *Il taccuino*, un commento di cinque minuti su un fatto d'attualità; Alessandro Cecchi Paone ha tre appuntamenti quotidiani per commentare brevemente la notizia più importante delle ultime ore e Nando Martellini, una delle voci storiche del calcio, il lunedì mattina parla degli incontri di campionato».

CI PUÓ ESSERE LA RADIO PER LE NOTIZIE E QUELLA PER I TEEN-AGER, LA RADIO PER IL PUBBLICO DI MEZZA ETÀ É QUELLA NOSTALGICA; L'IMPORTANTE É RIVOLGERSI AL MAGGIOR NUMERO DI ASCOLTATORI, COME SUCCEDE NEGLI STATI UNITI. MI PIACEREBBE UNA RADIO DALLA DOPPIA LETTURA, SEGUITA DA CHI É COLTO, MA ANCHE DA CHI È INCOLTO, DAL GIOVANE E DAL MENO GIOVANE.

RENZO ARBORE

È comunque la musica la calamita che sposta le mani di chi ascolta lungo i numeri segnati sul display dell'apparecchio radio, e le frequenze di Dimensione Suono hanno dei motivi per cui vengono cercate: «Non passiamo mai brani sofisticati, non siamo una radio di tendenza», dichiara Modica. «I dischi che mettiamo sono gli stessi che si trovano nelle classifiche di vendita e quindi, per forza di cose, sono quelli che si avvicinano al gusto della gente». La scelta delle canzoni da

trasmettere non dipende più dai singoli disc-jockey, ma nasce dal lavoro di persone che in radio fanno solo quello, i programmatori, e che garantiscono una proposta artistica omogenea. Sono loro a selezionare i brani e lo fanno tenendo presenti diversi elementi: la linea musicale che si vuole dare all'emittente; il nome dell'artista (quando è noto, il passaggio del suo disco è praticamente garantito); le classifiche di vendita e i risultati dei test fatti per telefono (durante i quali si fa ascoltare e giudicare alla persona chiamata una serie di canzoni). Trovano spazio la sensibilità artistica e il gusto personale del programmatore, ma anche accordi economici ed artistici tra le case discografiche e le radio. «Quando è nata la figura del programmatore musicale», ricorda Anna Pettinelli, «per molti di noi è stata una grande mazzata, perché il disc-jockey ha perso una delle sue prerogative più importanti: poter scegliere la musica da trasmettere e quindi creare una tendenza, una moda. Oggi il termine disc-jockey è improprio; siamo diventati più che altro dei conduttori, dei commentatori dei fatti d'attualità, degli speaker. In ogni caso», continua Anna, «non perdo il contatto con il mondo della musica perché collaboro con chi sceglie i dischi a Radio Dimensione Suono: ascolto tutti quelli che arrivano dagli Stati Uniti e segnalo i più interessanti». Chi non ha la possibilità di partecipare alle scelte musicali sposta altrove la sua attenzione: «Mi piace navigare in Internet per andare alla ricerca di notizie curiose, di pettegolezzi su cantanti e attori», dice Rosaria Renna. «Da quando anche RDS come altre radio, ha attrezzato un proprio sito, una piazza di scambio di informazioni, dedico molto tempo ai collegamenti telematici».

Tra le voci di RDS qualche anno fa si è inserita, per circa sei mesi, anche quella di Gerry Scotti, che ha sfruttato una sua lunga permanenza a Roma, dovuta agli impegni televisivi, per tornare davanti al microfono di una radio. E poi si sono succedute anche quelle di Awanagana, Gegè Telesforo, Carlo Massarini.

Cifre alla mano, Radio Dimensione Suono, che ha continuato a irrobustire la sua rete di trasmettitori sull'intero territorio nazionale, mostra di aver guadagnato il favore degli ascoltatori: nel giro di quattro anni la formula musicale del 50% + 50% ha portato a quattro milioni e mezzo le persone che la seguono ogni giorno. «Non si può dire che io abbia avuto un'idea geniale e poi con la bacchetta magica l'abbia trasformata in un grande successo», dice Eduardo Montefusco. «Questi risultati sono stati raggiunti soltanto dopo anni di lavoro, ma soprattutto dopo che abbiamo commissionato tante indagini per capire che cosa voleva la gente».

La radio, con i suoi disc-jockey, si è fatta vedere molto sul piccolo schermo, soprattutto in occasione di grandi concerti e questo ha contribuito ad accrescerne la popolarità. I volti delle voci di RDS sono sempre più noti, ma è una notorietà diversa da quella del passato: «Non siamo più dei miti come una volta, quando c'era gente che ti rincorreva per strada e magari si strappava i capelli per te», spiega Anna Pettinelli, «il rapporto con gli ascoltatori è cambiato, è forse più paritario». Ma rispetto al passato, sempre più spesso per i disc-jockey le strade della radio e della tv si intersecano. «Agli inizi della mia carriera mentre lavoravo in radio», ricorda Rosaria Renna, «mi facevo le ossa a Telenorba come annunciatrice, conduttrice di programmi per bambini e giornalista sportiva, insomma ho fatto un po' di tutto; ora sono in video a *Buona Domenica*, su Canale 5. È triste dirlo, ma trenta secondi in televisione valgono quanto dieci anni in radio: la popolarità che acquisti quando

finisci sul piccolo schermo è straordinaria». Ma in tv si ha successo anche per merito della radio: «In televisione hanno lunga vita le persone che possono vantare un buon training radiofonico», sottolinea Maurizio Costanzo. «Chi ha trascorso molti anni in radio, quando vive in diretta televisiva problemi e incidenti di vario genere, sa certamente come cavarsela col bagaglio che si ritrova. Fare la radio è come frequentare una scuola».

RADIO KISS KISS

L'onda lunga del Golfo

«Vengo da un quartiere popolare dove la maggior parte lei miei coetanei non ha fatto una grandissima fine: qualcuno è dentro, qualcun altro ha dei problemi. Si celebra spesso la radio, si dice che, al contrario della televisione, è fantasia: ma è anche lavoro. Oggi nelle emittenti minori di Napoli ci sono tanti ragazzi che se non fosse per la radio sarebbero chissà dove».

GIANNI SIMIOLI

In onda con: ROSARIO PELLECCHIA
PIPPO PELO
FRANCESCO PAOLANTONI

Napoli, settembre 1976: le radio private in Italia sono già diverse centinaia e l'onda sonora percorre su e giù la penisola. Alle prime emittenti storiche del Golfo, come Radio Spazio Uno, Radio Napoli Prima, Radio X, si sono aggiunte altre antenne: Radio Club 91, Radio Marte, Radio Antenna Faro. A differenza delle emittenti del Nord programmano più musica italiana e Radio Spaccanapoli, che suona musica napoletana, anticipa una tendenza che prenderà piede più tardi. C'è anche Radio Kiss Kiss e la sua musica è in un certo senso garantita perché gli ascoltatori la ballano già nella discoteca più frequentata del momento: stesso nome, Kiss Kiss, stessa proprietà.

Dietro la consolle della discoteca una ragazza di 14 anni, Lucia Niespolo: suo padre Ciro, in origine commerciante di frutta e verdura, ha aperto la radio perché amplifichi il nome della sua discoteca. Le cose girano bene, la febbre del sabato sera divora migliaia di giovani che proprio in quegli anni scoprono le gioie della disco music. E *Disco Live* si chiama il programma in onda dalla discoteca Kiss Kiss che la radio rilancia nell'etere partenopeo.

Agli inizi degli anni Ottanta Radio Kiss Kiss riesce a farsi largo tra le concorrenti, dandosi una struttura organizzativa stabile e acquisendo una serie di frequenze che la portano a conquistare il primato di radio più ascoltata in Campania. E nel 1983 in via Sgambati, dove ha sede l'emittente, arriva Gianni Simioli, negli anni a venire la personalità artistica di maggior rilievo della radio: «Ho fatto un provino con Sasà Capobianco, allora direttore artistico», racconta Gianni, «poi mi hanno presentato Lucia Niespolo - Lei sarà il tuo tecnico - mi hanno detto, e così mi ritrovai in regia questa ragazza. Be', io non lo sapevo, ma lei era anche... la proprietaria».

Quando va in onda a Radio Kiss Kiss, la radio più forte della città, quella del Vomero, del quartiere alto, Simioli trasmette già da cinque anni: «Ho cominciato tredicenne in una radio di quartiere di Secondigliano, dove sono nato, Radio Studio Libero; si sentiva a cinque o sei isolati di distanza, non di più. Poi sono stato a Radio Marte, Radio Montegrillo, Radio American Jeans che trasmetteva da un negozio... una jeanseria; c'erano bancone, vetrine e poi dietro, nel retrobottega, la radio. A Kiss Kiss ho avuto sempre molto spazio, molta libertà e ho cercato di fare un tipo di radio particolare, molto provocatorio. Già nell'84 avevo un programma in cui parlavo di sesso... c'era la classifica delle pellicole porno più viste, con i trailer. Facevamo sentire i pezzi dei film».

Gli anni che vanno dal 1983 al 1988 sono quelli che vedono Radio Kiss Kiss passare dalla supremazia regionale alla rampa di lancio per la dimensione nazionale. Con Lucia Niespolo alla direzione artistica la radio alla fine degli anni Ottanta diventa un network. «Per una emittente del Sud non è così facile risalire la penisola, ci sono difficoltà enormi», racconta Lucia Niespolo, «perché noi napoletani siamo preceduti da una nomea il più delle volte penalizzante». Prima con l'acquisto di frequenze nel Lazio, poi in Umbria, quindi in Toscana, l'onda lunga di Radio Kiss Kiss arriva sempre più a Nord. Rosario Pellecchia ricorda molto bene tutta la fase di conquista di nuovi ascoltatori: «Arrivai a Kiss Kiss il primo dicembre del 1988, compivo 18 anni cinque giorni dopo, e la radio stava spiccando il salto da ascoltatissima radio regionale a network: allora si sentiva già fino a Roma». Alla fine del 1990 viene accesa la frequenza che permette di fare ascoltare a Milano le voci di

Napoli: «Era il 31 dicembre del 1990, facemmo il conto alla rovescia perché era una cosa fuori dall'ordinario», aggiunge Lucia Niespolo. «Certo una radio di Milano, accendendo a Napoli, non ci avrebbe messo la stessa enfasi». «Fu una grande emozione», ricorda Pellecchia, «io sono stato il primo o il secondo disc-jockey napoletano a parlare anche ai milanesi». (Un biglietto da visita che in seguito gli ha permesso di parlare ai napoletani da Milano: da Radio 105, dove lavora dal 1996).

La trasformazione in network porta mezzo milione d'ascoltatori ma non influisce molto sul carattere della radio: «Pur crescendo, Kiss Kiss», sottolinea Pellecchia, «è riuscita a mantenere una dimensione underground, una sua identità un po' artigianale. A Napoli, in quel periodo, la colonizzazione degli altri network non era ancora cominciata: era arrivata solo Rete 105. Kiss Kiss era un'istituzione in città, non c'era persona che non la ascoltasse».

IN ITALIA CI SONO TANTI ASCOLTATORI, MA LE RADIO SONO TROPPE. TUTTO DIPENDE DALL'AMORE PER LA MUSICA, DALLA VOGLIA DI COMUNICARE E ANCHE DALLA VANITÀ DI ALCUNI RAGAZZI, CHE SOGNANO LA VITA DEL DJ. METTERE SU UNA RADIO COSTA RELATIVAMENTE POCO E ANCHE PER QUESTO IL FENOMENO É DIFFUSISSMO, SOPRATTUTTO NELLA PROVINCIA. NON SO COME RIUSCIRANNO A VIVERE DA DIO TANTE RADIO. SUCCEDERÀ QUELLO CHE É SUCCESSO UN PO' ALLE TELEVISIONI PRIVATE, CHE QUALCHE ANNO FA ERANO TANTISSIME, POI L'HANNO SPUNTATA LE TV PIÙ IMPORTANTI.

RENZO ARBORE

Nel 1991 Radio Kiss Kiss Network cerca una caratterizzazione maggiore e diventa The Show Radio: «Sentivo l'esigenza di creare sul mercato nazionale una radio che potesse in qualche modo occuparsi di tutta una serie di argomenti di cui non si occupavano le altre emittenti», dice Lucia Niespolo. «Per show si intendeva lo spettacolo, l'arte, la cultura, la musica, quello era il punto dove volevamo andare a colpire. Avevamo cominciato bene con *A tutti coloro*, un programma realizzato in équipe da Pippo Pelo, Gigio Rosa, Rosanna Jannacone, Ornella Rauccio, Nino Mazzarino e Rosario Pellecchia. Vennero coinvolti anche Francesco Paolantoni e Stefano Sarcinelli, due comici diventati famosi per la trasmissione di Odeon Tv *Sportacus*. «La scommessa fu quella di prendere degli attori comici che non avevano mai fatto radio», racconta Rosario Pellecchia, «cominciammo a dar loro i tempi giusti, facemmo una sigla che diventò famosa e dopo solo un mese riscontrammo un successo strepitoso, tanto da fare una seconda edizione del programma e un cd che andò a ruba».

«Per Radio Kiss Kiss avevo già realizzato *Sanremocus*», precisa Paolantoni, «una sorta di servizi speciali dal Festival. Ho fatto molta televisione, sono passato in teatro, e quando sono approdato in radio francamente pensavo che fosse più complicato, perché i miei personaggi sono da vedere, portano con sé molta mimica: temevo che queste cose potessero non funzionare. In realtà la radio è il mezzo che dà più spazio alla fantasia e per *A tutti coloro* mi sono inventato centinaia di situazioni diverse e molte di queste le ho poi portate in tv». «Francesco Paolantoni interpretava

l'80% dei personaggi del programma», ricorda Pellecchia, «molti dei quali non si sono ancora visti a *Mai dire gol* e sono certamente più forti di *De Lollis*: c'era *Vanessa*, un travestito, c'era *Lorena*, una casalinga napoletana che ha venti figli e tutti si chiamano con i nomi delle telenovelas (un figlio si chiama *Sentieri*, uno *General Hospital*, l'altro *Beautiful*). Poi c'era l'onorevole *Michele delle Maglie*, quello che dice "non siamo noi a essere razzisti, sono loro a essere napoletani", un onorevole leghista ma napoletano al 100%».

È in questa trasmissione che fa la sua apparizione l'antenato di *Robertino*, quello di "Ho vinto quaccheccosa?" arrivato al successo sul piccolo schermo grazie a *Mai dire Gol*. «"Ho vinto quaccheccosa?" è nato una sera a cena», precisa Pellecchia. «Paolantoni cominciò a dire - Ho vinto, ho vinto? Niente! - e così un po' per volta definì il personaggio». «Sì», conferma Paolantoni, «una delle macchiette di *A tutti coloro* era proprio Robertino; non aveva ancora un nome, era un ascoltatore che chiamava in radio pensando di partecipare a un quiz: l'ho sviluppato in televisione dandogli anche un aspetto esteriore, un'immagine e una gestualità. Questo programma aveva un po' il sapore dei varietà tipo *Alto Gradimento*», conclude Paolantoni, «coi capannelli di persone che si incontravano per ascoltarlo, d'estate, la sera, la notte nelle varie repliche. Certe frasi che usavamo sono entrate con estrema facilità nel gergo comune». «*The Show Radio* non era un obbiettivo molto facile», conclude Lucia Niespolo, «ma mi piaceva l'idea di non essere legata a proposte tradizionali: il tentativo era quello di diventare l'emblema di tutto il mondo dello spettacolo».

Nel 1992 la Niespolo lascia la direzione artistica per occuparsi a tutto campo dell'emittente e Gianni Simioli, che rientra dopo una breve esperienza a RTL 102.5, prende il suo posto. «Ho sempre cercato di fare un discorso artistico fuori dal coro ma con grandi potenzialità commerciali», racconta Simioli, «proponendo una radio creativa, non tanto perché sono legato a uno stereotipo che vuole i napoletani fantasiosi, ma perché è difficile tenere testa ai colossi di Milano e Roma, proprio per motivi legati alla posizione geografica: a Milano tu incontri ogni giorno a pranzo o a cena il discografico, l'artista, qui si incontrano solo i medici del Policlinico che sta qua dietro. Visti questi presupposti mi sono subito detto: facciamo un prodotto sfruttando l'unica cosa che abbiamo, la creatività. Bisogna tenere costantemente presenti le difficoltà di operare al Sud», aggiunge Simioli, «per esempio i direttori delle case discografiche sottolineano sempre che qui non si vendono dischi, che c'è la pirateria, per cui non possono investire molto».

Creatività e un pizzico di provocazione, come ai tempi di Sanremo 1990: «Decidemmo di non mandarci nessuno», ricorda Simioli. «Basta con le solite cose, le anticipazioni, le interviste, lanciammo un referendum: - *Vota la più mucca di Sanremo e... vota il più cane* -. Riccardo Cocciante risultò il più cane perché secondo gli ascoltatori assomigliava a un barboncino. Romina Power era la più mucca, perché era... la grande mamma. Premio finale per gli artisti vincitori: a Cocciante dovevamo portare un cane vero, a Romina una piccola mucca. È successo di tutto: rapporti con le case discografiche bruciati, l'Afi, Associazione Fonografici Italiani, che ci ha accusato di aver offeso la dignità degli artisti e minacciato di non voler avere più

niente a che fare con noi. Tutta la stampa si occupò del nostro referendum e tutti erano con noi, giudicavano esagerato un atteggiamento così bacchettone».

Le provocazioni di Radio Kiss Kiss nell'era Simioli non si fermano qui: un programma prettamente estivo è *L'operazione mutande* che si conclude con una mostra di mille e quattrocento mutande spedite dagli ascoltatori. Molto successo ha anche il concorso *Fatti una plastica*. «Era il periodo degli interventi chirurgici, di Michael Jackson, Cher, di questa ossessione estetica. Abbiamo chiesto di fotografare la parte del proprio corpo che gli ascoltatori volevano cambiare», racconta Simioli. «L'operazione la pagavamo noi ed è arrivato di tutto: pance enormi, nasi aquilini, seni schifosi. Noi facevamo una classifica e commentavamo. Alla fine abbiamo regalato un intervento chirurgico al naso a una ragazza di Genova, che ci è ancora gratissima, perché non aveva soldi per poterselo permettere». E poi *Senti chi palla*, condotta da Annibale Grasso e Pippo Pelo: «I media raccontano un sacco di balle», spiega Annibale Grasso, «giornali e televisioni ci dicono quello che vogliono, così decidemmo di fare un programma di... palle. Ogni sabato andavamo in onda con notizie totalmente false: abbiamo inventato il concerto di Natale con Elton John e Aleandro Baldi, abbiamo detto che io ero morto. Gli ascoltatori credevano a tutto, ricevevamo telefonate di persone convinte; prima s'incazzavano e poi ridevano».

«Le idee di Simioli hanno funzionato», dice Lucia Niespolo, «ma avevano anche i loro aspetti negativi, come tutti gli eccessi». L'esplosione di creatività è in ogni caso una caratteristica delle personalità radiofoniche partenopee. «Io credo che i napoletani abbiano una creatività incontenibile che è difficile tenere a bada», aggiunge Lucia Niespolo. «Per lo speaker napoletano il lavoro limitato a quello che è l'intervento, parlare ogni tanti minuti per tanti secondi, per tre ore al giorno è molto difficile».

L'ultima delle provocazioni di Kiss Kiss è una trasmissione che si chiama *Facciamo Candy Candy*, da due anni va in onda dalla mezzanotte alle tre, l'ha ideata e la conduce Pippo Pelo. «Ho cominciato tredici anni fa a Salerno in una piccola radio locale, Radio Bussola 24. A Kiss Kiss sono arrivato nel '90, e prima di questo programma conducevo ogni mattina *L'edicola Caligola* con Nino Mazzarino e Manuela De Vito. All'origine di *Facciamo Candy Candy* c'era un altro programma, con lo stesso titolo, nel quale i conduttori commentavano in diretta un film porno di cui gli ascoltatori sentivano solo l'audio: durava dieci minuti e a me chiesero di costruirci intorno qualcosa. Adesso agli ascoltatori», continua Pelo, «viene fatto un provino in diretta, come se dovessero ottenere l'ingaggio per recitare una parte in un film a luci rosse.

Il più bravo e la più brava fra tutti vengono scelti per recitare il film: io do la trama e faccio il regista, gli ascoltatori scelgono il titolo parodiando quelli veri: *L'asta del capitano, Il maresciallo Tocca*, *Leccasi Susan disperatamente*, *Fuga da Altracaz*. Il numero delle telefonate è veramente incredibile», aggiunge Pippo Pelo, «chiamano da tutta Italia, riceviamo anche telefonate di vere autorità in questo genere, come la pornostar Eva Orlowski e lo spogliarellista Ghibli. Le ragazze sono sempre più spigliate anche se sono in numero minore: a volte l'entusiasmo e la partecipazione, tra ansimi e gemiti, traboccano nell'hard vero e proprio. Come in ogni cineforum che si

rispetti alla fine c'è la critica, con gli ascoltatori che esprimono il parere sulla recitazione degli attori».

Da luglio dell'anno scorso Radio Kiss Kiss ha chiuso l'era Simioli e il timone della direzione artistica è passato nuovamente nelle mani dell'editore Lucia Niespolo; Kiss Kiss non è più *The Show Radio* e il mutamento di rotta è notevole. Dei disc-jockey della vecchia guardia sono rimasti, oltre a Pippo Pelo, Rosanna Jannacone e Ornella Rauccio. Il cambiamento a Kiss Kiss è in atto: «Siamo ancora alla ricerca di una definizione precisa del carattere della radio», spiega la Niespolo, «in questo momento non c'è ancora un orientamento futuro. Dal punto di vista editoriale cercheremo delle sinergie con un altro network, RTL 102.5».

Molti momenti difficili a Radio Kiss Kiss sono stati superati proprio grazie al rapporto particolare che l'editore può intrattenere con i singoli, dal disc-jockey al regista, visto che conosce bene la realtà del loro lavoro. «Ho fatto tutto in radio, dal regista all'agente pubblicitario e ritengo che questo sia un fatto fondamentale, perché riesco a parlare con tutte le persone. Quando dialoghi con un fonico e non sai qual è il suo lavoro non riesci ad avere quel rapporto giusto che consente all'interlocutore di dire: - questa è una persona che mi piace a prescindere dal fatto che sia proprietaria o no della radio. - Questo mio rapporto con loro», prosegue Lucia Niespolo, «ha salvato l'azienda, perché sono riuscita a farmi seguire in momenti veramente terribili. Loro sono stati disponibili perché hanno creduto nella mia persona».

Gianni Simioli, che ora lavora a Radio Norba, resta uno dei disc-jockey più popolari a Napoli. «Facendo radio ho avuto la grande possibilità di parlare con un sacco di gente, di incontrarla, di sentirla, di avvicinarla, ho conosciuto molte persone grazie alla radio».

Per Napoli la radio ha una grande importanza, un'importanza che va oltre il dato tecnico: «Per me è stata una specie di salvagente. Devo tutto alla radio, tutto quello che sono oggi, la mia serenità, la mia ricchezza interiore», aggiunge Simioli. «La radio mi ha permesso di studiare e lavorare in una città come Napoli in cui non c'è occupazione. Sono un privilegiato per i napoletani, sono uno che viene da un altro pianeta, perché da tanti anni ho una professione e guadagno bene. Vengo da un quartiere popolare dove la maggior parte dei miei coetanei non ha fatto una grandissima fine: qualcuno è dentro, qualcun altro ha dei problemi. Si celebra spesso la radio, si dice che, al contrario della televisione, è fantasia: ma è anche lavoro. Oggi nelle emittenti minori di Napoli ci sono tanti ragazzi che se non fosse per la radio sarebbero chissà dove».

RTL 102.5

Prima di tutto farsi trovare

«La Kathrein è una ditta tedesca che costruisce le migliori antenne al mondo. Mia madre è tedesca, anzi, bavarese, e per anni ho vissuto da quelle parti. La sede della Kathrein è a Rosenheim, vicino a Monaco di Baviera. Telefonai dicendo che cercavamo una consulenza per dei segnali che "spaccassero": il feeling fu immediato perché parlai in stretto dialetto bavarese. Il mattino seguente alle otto Lorenzo Suraci e io eravamo davanti alla porta della Kathrein. Uscimmo dai laboratori otto ore più tardi con sottobraccio il progetto per la realizzazione del nostro primo impianto».

CLAUDIO ASTORRI

in onda con: NICOLETTA DE PONTI
FERNANDO PROCE
LEOPARDO
LUCA VISCARDI

È quasi la mezzanotte di sabato 18 marzo 1989: come puntualmente succede ogni week-end, un'interminabile processione di auto si allunga sulla strada statale che collega Arcene a Treviglio, a pochi chilometri da Bergamo. Centinaia di giovani sono in marcia verso la discoteca *Capriccio*; per molti, e lo sanno già ma tentano lo stesso, non ci sarà più posto: la settimana prima i cancelli erano già chiusi alle 22.30. Perderanno la serata in discoteca, ma nel frattempo c'è da consolarsi, perché la musica del *Capriccio* è già lì con loro. In auto. Sono sintonizzati su RTL 102.5, la radio che è proprio sopra la pista e che trasmette in diretta tutta la serata. I vocalist, le voci della trasmissione *Radio Capriccio*, sono i disc-jockey di RTL. Sul piazzale della discoteca il proprietario Lorenzo Suraci conta i pullman in arrivo anche dal Sud e pensa che ha fatto proprio bene a comprare RTL, due anni prima. Il suo obbiettivo principale era quello di promuovere la discoteca, ma ora si ritrova tra le mani un bel business: la radio.

Quando rileva l'emittente, Suraci cambia tutto tranne che il nome: RTL sta per Radio Trasmissioni Lombarde, ed è un nome storico. È una delle prime radio nate nel 1976 nella Bergamasca, ed è cresciuta con alterna fortuna in mezzo a tante altre tra cui Radio Studio 54, Radio Beta, Radio Zeta. «Mio fratello Virgilio e io», dice Suraci, «abbiamo iniziato a lavorare seriamente per la radio un anno dopo l'acquisto, nel 1987, trasferendo gli studi ad Arcene, sopra la discoteca *Capriccio*». Le voci in onda sono quelle di Gianni De Berardinis, Paolo Dini, Robbie Chris e Massimo Alberti.

RTL comincia una seconda vita e diventa RTL 102.5: Suraci sceglie di usare le cifre che identificano la frequenza per completare il suo marchio; quelle cifre sono la soluzione del suo problema, potenziare l'ascolto per farsi sentire. Per anni attivo nel mondo dello spettacolo, Suraci infatti si affaccia tardi alla ribalta dell'emittenza; le frequenze su cui far viaggiare il segnale e diffonderlo il più possibile sono, nel 1986, molto difficili da trovare. La radio ha bisogno di una buona frequenza; non solo, ma se vuole farsi ascoltare in diverse zone, ha bisogno di tante buone frequenze e visto che deve impostare una soluzione partendo da zero, Suraci pensa a quella ottimale: una frequenza unica per farsi trovare facilmente dappertutto. «In quel periodo», dice l'editore di RTL, «la RAI iniziava a fare le sue prime trasmissioni in isofrequenza sui 103.300 in FM, un sistema che permetteva di far ascoltare la radio sempre sullo stesso canale senza smanettamenti sulla manopola della sintonia. Pensai che se un'emittente statale portava avanti un discorso del genere, quella era senz'altro la strada del futuro».

La scelta di Suraci lascia scettici molti addetti ai lavori: è un piano, il suo, tecnicamente difficile da realizzare e in ogni caso troppo costoso. «All'inizio non è stato tutto così semplice», ammette Suraci, «perché spesso i trasmettitori si disturbavano a vicenda, creando delle zone di contrasto in cui la radio non era ascoltabile».

Lungo la strada della realizzazione del suo progetto, il patron di RTL incontra Claudio Astorri, in arte Paco: «Il mio vantaggio era ed è quello di essere un radioamatore», dice Astorri, «quindi un sincero appassionato, uno che usa la radio anche per comunicare con il mondo. Mi ero occupato fin da ragazzo di onde radio, abbassamenti radioelettrici e antenne, e sapevo che le migliori al mondo le costruisce

la Kathrein, una ditta tedesca di Rosenheim, vicino a Monaco di Baviera. Mia madre è tedesca, anzi, bavarese, e per anni ho vissuto da quelle parti. Telefonai dicendo che cercavamo una consulenza per dei segnali che "spaccassero": il feeling fu immediato perché parlai in stretto dialetto bavarese. Il mattino seguente alle otto Lorenzo Suraci e io eravamo davanti alla porta della Kathrein a Rosenheim. Uscimmo dai laboratori otto ore più tardi con il progetto per la realizzazione del nostro primo impianto». Ma un buon impianto non basta, per far sì che la radio si ascolti in tutta Italia solo su un canale, bisogna avere anche la frequenza, non una qualsiasi, ma sempre la stessa (102.500), pur in diverse zone. Questo è compito di Lorenzo Suraci. «Decidemmo di non fare inizialmente promozione per la radio», ricorda Astorri, «perché l'aumento della notorietà avrebbe causato un innalzamento delle richieste economiche da parte di chi avrebbe dovuto cederci le frequenze che chiedevamo. Si fece tutto in silenzio», prosegue Astorri, «e ricordo che Suraci macinava centinaia di migliaia di chilometri in giro per l'Italia. Si presentava nelle radio che avevano le frequenze che ci interessavano e riusciva sempre a spuntarla. La frequenza nazionale di RTL», conclude Astorri, «è stata costruita da un genio della trattativa».

RTL completa velocemente la sua rete di trasmettitori e tra il 1990 e il 1991 giunge fino a Palermo; altrettanto rapidamente aumentano gli ascoltatori. Gli anni Ottanta, quelli della "Milano da bere", stanno per lasciare spazio ai più incerti anni Novanta e musicalmente tutte le radio hanno identità molto simili: è il momento della house music e delle sue derivazioni, ma anche del rock dei Guns 'n Roses. È in questo ristretto spazio di manovra che si muovono i network. Se Suraci pensa alla diffusione del segnale, Astorri pensa alla musica: «Basai la scelta della programmazione musicale sulle esperienze, anche negative, che avevo avuto fino ad allora», racconta Astorri. «A Radio Zeta conducevo un programma pomeridiano; partiva dopo uno spazio dedicato alla musica italiana anni Sessanta. Di solito aprivo il mio appuntamento con i Duran Duran, ma l'assurdo era che fino a qualche minuto prima in radio era passato Nico Fidenco o qualcosa del genere. Per me era inconcepibile che la stessa persona all'ascolto apprezzasse dei generi musicali così diversi. Cominciai a maturare un certo odio per le radio basate sui programmi specifici; iniziai a cercare strade nuove, più logiche e anche più difficili: volevo individuare una radio con un ascolto definito, che potesse essere omogenea nell'intero arco delle ventiquattro ore». «Astorri è stato capace di dare, nell'ambito della musica, un input diverso», ammette Suraci, «perché sua è stata l'idea di lavorare con pochi brani, quelli di successo, per creare una ripetizione che catturasse con più facilità gli ascoltatori». «Rispetto agli altri network», dice Astorri, «noi nelle ore pomeridiane avevamo il coraggio di passare brani italiani e nell'arco di tutto il giorno parecchi successi del passato, anche quattro o cinque in sessanta minuti. Li consideravamo dei pilastri che permettevano di raggiungere una certa familiarità con gli ascoltatori e che facilitavano la presentazione delle novità». L'operazione che fa Astorri, in termini tecnici, è l'elaborazione di un "formato".

Il formato sta alla radio come lo stile sta alla moda: la scelta di uno stile classico invece che casual, per esempio, impone per il vestire l'osservanza di una serie di regole che riguardano scelte parziali, come le scarpe, i pantaloni, la giacca, i colori, il taglio. Sommando questi elementi, si ottiene alla fine una cosa unica che

viene adottata da una particolare categoria di persone che in quello stile vogliono riconoscersi, che in esso si identificano. In radio questa identificazione con il gusto dell'ascoltatore comporta la coerenza degli accessori dell'abito sonoro: la musica, il ritmo, le sonorità, il succedersi degli interventi parlati, i termini usati dai conduttori. Ecco che le orecchie degli uni apprezzano e indossano con più facilità una *Rock radio* piuttosto che una *Urban* (cioè con un formato tipicamente americano, costruito con diversi generi musicali ognuno appartenente a una etnia differente) mentre gli altri preferiscono l'*Adult Contemporary*, più adatto a un pubblico di mezza età. Lo stile di RTL 102.5 è l'*Hit radio*: soltanto grandi successi per un pubblico giovane, ma già abbastanza maturo.

Alle indicazioni musicali bisogna aggiungere quelle di promozione e di conduzione, ma in un ambiente dove hanno sempre regnato l'improvvisazione e a volte l'anarchia di alcuni "senatori", non è semplice imporre regole precise. «Fu impegnativo spiegare ai disc-jockey che dovevano mettere solo quei dischi e non altri», racconta Astorri, «perché ciascuno voleva fare di suo. Quindi più che il direttore della radio io facevo il segretario politico, andavo a fare consultazioni continue per capire le tendenze piuttosto che i gusti e le segnalazioni di tutti, nel tentativo di indicare una direzione unica. Una volta decisa la strategia non ammettevo cambiamenti in corso d'opera; i ragazzi ricordano ancora con terrore i miei passi pesanti che si avvicinavano alla regia tutte le volte che qualcuno si azzardava a fare di testa sua e variava la scaletta. Le modifiche umorali del momento non le volevo».

NON POSSO SVELARE COME ORGANIZZEREI IO UN NETWORK PRIVATO, PERCHÉ È UN SEGRETO PROFESSIONALE: NON POSSO SVELARE COME INDOVINARE UNA PERSONALITÀ NUOVA PER LA RADIO. POSSO SOLTANTO DIRE CHE OGNI RADIO DEVE AVERE IL SUO CARATTERE. QUESTA, PIÙ O MENO, É LA FORMULA DEI SUCCESSO.

RENZO ARBORE

Il pubblico a cui si rivolge RTL 102,5 è fatto soprattutto di persone in età compresa tra i diciotto e i trentaquattro anni. «Ai disc-jockey chiedevo anche uno sforzo nel linguaggio», dice Paco. «Quando qualcuno utilizzava parole troppo vicine ai teen-ager, lo richiamavo dicendo: - Guarda è inutile che li chiami ragazzi, perché i nostri ascoltatori detestano essere chiamati così, rivolgiti loro in altro modo».

In questa battaglia l'alleato più potente di Claudio Astorri è il computer: RTL è tra le prime radio a sfruttarne pienamente le potenzialità. L'incontro tra Astorri e il computer avviene, non a caso, nel Paese della precisione, la Svizzera. «Nell'88 chiesi a Suraci di andare al Festival di Montreux per fare delle interviste», ricorda Astorri, «perché un tempo la credibilità della radio era data dai personaggi che si intervistavano. E siccome nel circuito delle case discografiche non ero conosciuto, solo andando all'estero avrei potuto fare delle grandi cose. Infatti intervistai Phil Collins, Steve Winwood, Sting. Lì conobbi Andrew Economus, l'inventore di Selector. Guardai questo strumento dalle possibilità creative spaventose e capii subito che poteva risolvere tutti i problemi che avevo».

Selector, arrivato in Italia a metà degli anni Ottanta, è un programma per computer che attinge a una banca dati in cui vengono inseriti i titoli di migliaia di brani, accompagnati da una serie di informazioni: tra queste c'è il *tipo* (cioè il ritmo del pezzo), il *codice sonoro* (ovvero il genere musicale a cui appartiene la canzone), ma anche *l'umore* (quindi la capacità che ha il brano di suscitare nell'ascoltatore un particolare stato d'animo). Da questo "frullatore elettronico" esce un foglio con su scritto quali dischi e in quale ordine dovranno essere trasmessi.

«L'utilizzo vero e proprio di Selector a RTL partì nell'89», prosegue Astorri, «dopo nove mesi di duro lavoro, soprattutto notturno, durante il quale caricai da solo l'enorme quantità di dati necessari per far partire il sistema. Mi ero messo in testa che lunedì 5 maggio la nuova programmazione computerizzata doveva assolutamente partire. Ricordo che le ultime tre notti non ho dormito: ho lavorato ventiquattro ore su ventiquattro. Alle 5,50 del giorno prestabilito consegnai le prime scalette fatte con Selector al disc-jockey di turno, Gianni Basso, che le guardò e disse una sola parola: - Cazzo...!».

Con un computer che non decide soltanto che dischi devi mettere, ma anche quanto devi parlare tra un brano e l'altro, la personalità dei disc-jockey rischia di slittare in secondo piano. L'editore di RTL non ha mai nascosto di credere poco nella radio del disc-jockey, cioè in un tipo di intrattenimento basato esclusivamente sulle individualità. Alle voci della radio bergamasca non sono mai stati richiesti slanci particolari, ma solo il rispetto delle regole. «Ho sempre chiesto ai ragazzi di adattarsi al tipo di radio che volevo fare», racconta Suraci. «Alcuni ce l'hanno fatta, come Leopardo e Federico l'Olandese Volante, altri non hanno retto, come Fausto Terenzi. E poi penso che si debba parlare al microfono solo quando si ha qualcosa da dire. Se no è meglio stare zitti e mettere musica». «A RTL mi sono messo alla prova», spiega Leopardo, «e ho affrontato un nuovo modo di lavorare. non è stato facile adattarsi al rapido formato della Hit radio, ho dovuto rivedere il mestiere e tutte le cose che avevo fatto fino ad allora. In sostanza ho eliminato ogni riferimento personale come - Ieri sono andato... -, - Ho incontrato... - , - Domenica mi è successo... - . Oggi non gliene frega un cazzo a nessuno di te, perché l'io è diventato un noi. Quello che racconti devi farlo vivere a chi ti ascolta, lo devi coinvolgere: - Immagina se domani andassimo... e succedesse... pensa che ridere - ». La linearità richiesta dalla direzione nella conduzione dei programmi è stata violata poche volte e non certo con l'intenzione di volerlo fare. «Ricevevo regolarmente provini, che ascoltavo per cercare voci diverse, magari di radio locali», ricorda Paco. «La linea dell'editore, invece, era quella di cercare personaggi affermati: fu lui a chiamare Leopardo, Tony Severo e altri. Quando ascoltai il provino inviatomi da Fernando Proce rimasi colpito dalla forza del personaggio: una esuberanza dilagante, con un genere d'intrattenimento tipicamente da discoteca. Andai nell'ufficio di Suraci e gli dissi che avevo scoperto un personaggio che poteva fare bene nella nostra radio, ma precisai che sia lui che io dovevamo controllarlo a distanza, altrimenti sarebbe diventato ingovernabile. Lo chiamammo, e in realtà non riuscimmo a tenerlo sotto controllo per più di cinque minuti».

Proce inizia a far la radio nel 1976, quando ha solo dieci anni, a Racale, vicino a Lecce, il paese dove è nato: «Trasmettevo di notte. Salutavo i miei intorno alle 22

facendo finta di andarmene a letto e raggiungevo la radio distante solo sette-ottocento metri; attendevo il mio turno di trasmissione e alle due del mattino ero in onda. Una notte andò tutto storto. Mio padre si svegliò e passando dalla mia camera si accorse che non c'ero; immaginò subito dove potessi trovarmi. Il giorno seguente, senza dirmelo, andò a parlare con il responsabile della radio: quando mi presentai per trasmettere mi bloccarono sulla porta spiegandomi che non sarei più potuto entrare. Rientrai a casa e mi chiusi in bagno con una boccetta di veleno, minacciando il suicidio se mio padre non mi avesse fatto tornare a trasmettere. Il ricatto funzionò e la mia carriera radiofonica non incontrò più ostacoli. Negli anni a seguire presi in gestione Radio Rama, quindi passai a Radio Norba; le cose in Puglia funzionavano bene», continua Proce, «mi ero messo a fare l'imprenditore e guadagnavo molto organizzando manifestazioni, serate, e incidendo dischi. Ma il mio mito restava Milano, da dove trasmetteva Rete 105, che apprezzavo per il suo stile e il suo ritmo. Volevo a tutti i costi lavorare in una radio del Nord e lasciai a un amico milanese una cassettina che finì a RTL. Mi chiamarono e quando entrai negli studi conobbi immediatamente Ronnie Jones, uno dei miei miti. Mi sono fatto coinvolgere da questo episodio e ho deciso di restare».

Procediamo è il grido di battaglia di Fernando Proce e il titolo di un programma pomeridiano che ha condotto su RTL. All'inizio si fa notare come vocalist del programma *Radio Capriccio*: «Quando iniziammo a fare animazione in discoteca, la cosa veniva definita "maranza"», ricorda Fernando. «Prima si parlava al microfono solo se c'era da spostare una macchina o per augurare buon divertimento a chi era in pista. Nessuno pensava che si potesse parlare durante una serata in discoteca e, con la scusa che eravamo in diretta alla radio, iniziai a salutare le persone che ci ascoltavano nelle diverse città d'Italia. Nel locale, sempre pieno come un uovo, bastava urlare qualcosa al microfono per scatenare il delirio».

La coppia Suraci-Astorri che ha portato RTL al primo successo si scioglie nel 1993, e galeotto fu il computer: «Una sera al *Capriccio* avevamo come ospite Raf per un concerto live in diretta», racconta Suraci. «Il cantante, prima di iniziare lo show, è stato costretto a rimanere immobile sul palcoscenico per cinque o sei minuti perché doveva andare in onda tutta la pubblicità. Un'attesa stressante che si poteva evitare manipolando la scaletta ordinata dal computer: ma il regista non l'avrebbe mai fatto da solo e Astorri non gli disse di farlo. Il giorno seguente si chiuse la nostra collaborazione».

Fino al 1994, a esclusione del programma di Proce e di quello notturno di Alberto Bisi, *Crazy Club*, sono le trasmissioni musicali senza una forte caratterizzazione a riempire le ore degli ascoltatori; oggi lo sono quelle con un alto contenuto d'informazione. Prima tra queste è la mattiniera *Non stop news*, fino ad arrivare a *Radio Zorro*, con Oliviero Beha, passato dalla RAI a RTL. Dietro queste produzioni c'è sempre l'apporto di una redazione giornalistica che confeziona un notiziario di circa tre minuti ogni ora.

«Ci siamo subito convinti», sottolinea Suraci, «che la radio doveva unire la musica all'informazione di un certo livello: siamo stati i primi a proporre ventiquattro edizioni quotidiane del nostro notiziario, il *Giornale Orario*».

La mossa di attivare un grande reparto dedicato all'informazione sembra non essere soltanto legata al completamento del formato, allo stile della radio, ma anche a ragioni di opportunità amministrativa: «Per ottenere dallo Stato la concessione a trasmettere su tutto il territorio nazionale, ci volevano solide fondamenta aziendali che non sempre c'erano, come, per esempio, un buon fatturato», dice Astorri. «L'informazione ci consentiva di trasformare un juke-box in una radio di servizio, e agli occhi delle autorità RTL avrebbe avuto un'immagine e un ruolo molto diversi da quelli di una semplice stazione musicale». La redazione entra in azione con il colpo di Stato in Unione Sovietica, nell'agosto del 1991. Attualmente, divisi tra le redazioni di Roma e Arcene, lavorano all'informazione dieci giornalisti, più un'ottantina di corrispondenti dalle principali località italiane ed estere.

Il cambiamento di tendenza di RTL 102.5 da alcuni disc-jockey è stato accolto con molta soddisfazione: «Ho iniziato a fare la radio vent'anni fa», dice Nicoletta De Ponti, «e non sono mai stata la disc-jockey da annuncio e disannuncio: mi è sempre piaciuto dire qualcos'altro. L'unico inconveniente è che con questa formula adesso in radio ci scanniamo per rubarci le notizie: c'è la corsa a chi arriva prima».

L'ultima invenzione di RTL 102.5 è la radio in valigia: si tratta di un mini studio mobile gestito da un computer che ha in memoria migliaia di dischi, jingle e pubblicità. Con questo apparato per l'emittente bergamasca è diventata una consuetudine trasmettere, anche soltanto per qualche ora, in mezzo alla gente: capita spesso di trovare la valigetta magica non solo sulle spiagge, ma anche all'interno di fiere (come il *Motorshow* di Bologna), mostre e raduni oppure in luoghi altrimenti inaccessibili: «Due anni fa a Natale sono andata con un collega nel padiglione dell'Università di Pavia dove sono ricoverati i malati di AIDS», racconta Nicoletta, «e da lì abbiamo dato vita a una importante diretta».

C'è stato un solo momento in cui a RTL l'improvvisazione ha avuto la meglio sulla pianificazione computerizzata. «È successo quando è arrivato in Italia il mitico disc-jockey americano Wolfman Jack, in arte Lupo solitario», ricorda Luca Viscardi, che in radio può vantare la maggiore anzianità di servizio. «L'unica trasmissione che ha fatto nel nostro Paese la si è potuta ascoltare su RTL 102.5 alle 13 di una domenica di novembre del 1993. Wolfman parlò e mise musica per un'ora e siccome non aveva a disposizione le percussioni che utilizzava di solito, usò due elenchi del telefono con cui fece un casino micidiale. La cosa formidabile di questo personaggio, scomparso di recente», conclude Luca Viscardi, «era vedere come si divertiva a fare la radio».

Partendo da una dimensione provinciale RTL 102.5, nel giro di pochi anni, ha insidiato il primato dei network più affermati percorrendo una strada da molti ritenuta impraticabile. La sua ricetta semplice, ma molto appetibile per l'ascoltatore, è stata quella della facilità: farsi trovare per farsi ascoltare.

RADIO ITALIA SOLO MUSICA ITALIANA

La rivincita del made in Italy

«La radio trasmetteva dalla cucina di via San Gregorio 23, nell'appartamento dove dormiva il mio socio. Sul tavolo c'era un bel mixerino che avevo a casa, due piatti da centomila lire cadauno comprati usati e il microfono. - Franco - dico - facciamo un esperimento, diamo il numero del tuo telefono per le richieste e vediamo che succede. Il tempo di... pam! Hanno cominciato a telefonare e non hanno più smesso:

- Finalmente musica italiana; ci voleva; meno male -. Telefonavano anche di notte e Franco ha smesso di dormire; si è trasferito e quella è diventata la sede di Radio Italia».

MARIO VOLANTI

in onda con: FILIPPO BROGLIA
FRANCO NISI

Italian sound, aund, aund, parte la sigla, con l'eco, che a quell'epoca non poteva assolutamente mancare. Sono le 13,30 di un giorno di marzo del 1977 e Mario Volanti, tirata giù la saracinesca del suo negozio di dischi, va in onda a Radio Metropoli di Milano con il suo programma che ha una caratteristica particolare e inconfondibile: trasmette esclusivamente musica italiana. «Solo la sigla era in inglese», spiega Mario Volanti, «perché dire "musica italiana" allora era completamente "fuori", era inammissibile, dovevo concedere qualcosa allo straniero: "Italian Sound" ci voleva proprio e soprattutto riuscivo a sopportarlo».

Il programma di Volanti è un'oasi per le orecchie italiote compresse tra decibel di disco music da una parte e canti rivoluzionari andini dall'altra. «Sono stato il primo a fare un programma di sola musica italiana, perché non potevo fare altrimenti... conoscevo solo l'italiano», ammette Volanti, «e di fare il disc-jockey che ululava "uanzachenagga" al microfono non me la sentivo, facevo solo ridere. Avevo un negozietto di dischi e la gente che lavorava a Radio Metropoli veniva a rifornirsi da me. A un certo punto mi hanno chiesto di trasmettere da loro, e poi, da un giorno all'altro, mi hanno dato la responsabilità di portare avanti la radio. Facevo questo programma quotidiano di un'ora dalle 13,30 alle 14,30, ed era molto seguito. L'idea di creare una radio», continua Mario Volanti, «mi è venuta due anni dopo, quando lavoravo a Radio Derby, un'altra storica emittente milanese; ho trovato un socio che ha messo metà del capitale iniziale: due milioni. Era il 1981, abbiamo spulciato tra gli annunci di una rivista specializzata, *Millecanali*, categoria "trasmettitori usati", ne abbiamo comprato uno, abbiamo smanettato sulla manopola della sintonia per controllare se c'erano frequenze libere su Milano e un buchino in fondo alla banda FM lo abbiamo trovato, sui 106.700. Siamo partiti, io e mio padre, con una Fiat 131 Mirafiori Diesel, trasmettitori e antenne sul portapacchi e siamo andati in montagna, in Valcava, perché sembrava un posto dal quale si irradiava bene. Abbiamo convinto la proprietaria di un alberghetto a farci mettere le antenne e quattro ore dopo ripartivamo con il trasmettitore già acceso. La gioia di sentire la radio è durata poco... il giorno dopo, il silenzio: il trasmettitore piazzato sul balcone andava bene in un periodo normale, ma era inverno, ha cominciato a piovere ed è andato tutto a puttane».

Radio Italia nasce così, il 27 febbraio del 1981, con un'idea e una logica precise: «Ho ragionato un po' di mesi sul fatto di trasmettere solo musica italiana», precisa Mario Volanti, «e ho pensato che era un tipo di radio che in quel momento non c'era, che probabilmente serviva e che sicuramente molti si aspettavano. Tutto sommato avrei potuto farla senza problemi, perché non avevo nulla da perdere, né un marchio, né un'immagine forte o degli investimenti già effettuati». Che funzionasse, Volanti ne ha la prova poco tempo dopo, nel modo più semplice e diretto di allora, quando le indagini d'ascolto erano un lusso bizzarro: con le telefonate. «La radio trasmetteva dalla cucina di via San Gregorio 23, dall'appartamento dove dormiva il mio socio, che si era appena separato dalla moglie. Lo studio di trasmissione era in cucina: sul tavolo un bel mixerino che avevo già a casa, due piatti da centomila cadauno comprati usati e il microfono. Franco - dico - facciamo un esperimento, diamo il numero del tuo telefono per le richieste e vediamo che cosa succede. Il tempo di... pam! Hanno cominciato a telefonare e non hanno più smesso: -

Finalmente musica italiana; ci voleva; meno male -. Telefonavano anche di notte e Franco ha smesso di dormire; si è trasferito e quella è diventata la sede di Radio Italia». Per fare la radio che trasmette musica ci vogliono i dischi e i dischi li fanno i musicisti: che fare allora se solo due dischi su dieci sono italiani? «Quella è stata la vera, grande difficoltà iniziale», sottolinea Mario Volanti, «allora era diverso da oggi: ora ci sono in circolazione almeno 2000 titoli in più. Le richieste degli ascoltatori erano la bussola per le prime programmazioni, ma in seguito abbiamo posto dei limiti», racconta Volanti, «perché Radio Italia è nata sì come un'emittente che fa solo musica italiana, ma anche come una radio che deve poter essere ascoltata da tutti. Dopo una canzone di Vasco Rossi, allora il massimo del fuori di testa, mettevamo Julio Iglesias, così la signora di 40 anni che male digeriva Vasco non girava la manopola, perché aveva la certezza che dopo sarebbe arrivato anche un pezzo di Julio. Invece di fare la mezz'ora di musica rock e poi la mezz'ora di dance, come succedeva allora nelle radio, mescolavamo i brani per mantenere una certa omogeneità per tutto il giorno».

L'ascolto cresce e molti negozi si sintonizzano su Radio Italia perché si parla poco e c'è la musica italiana: l'accompagnamento discreto per tutta la giornata è una specie di servizio molto apprezzato dai negozianti, che diventano i primi forti clienti pubblicitari. La radio si organizza, la squadra si amplia e tra i primi a giungere c'è Franco Nisi: «Avevamo 22 mila ascoltatori quando sono arrivato. Conoscevo Mario dal 1976, anzi sono stato io a convincerlo a trasmettere. A Radio Metropoli avevo un programma che cominciava con un pezzo dance, penso di Cerrone, una cosa molto anni Settanta; a un certo punto fermavo il disco con la mano e dicevo: - Ma possiamo stare un po' tranquilli? -. La prima volta che l'ho fatto sono arrivate duecento telefonate di persone che hanno detto: - Era ora -».

Franco Nisi, come giornalista, dovrebbe occuparsi dei notiziari, ma lo fa per poco. «Franco è un nottambulo», dice Volanti, «arrivava tardi, così il primo notiziario, programmato alle 10, non era mai in orario. Fu lui a insistere per prendere Augusto Abbondanza, ora il nostro unico redattore. Ci chiedemmo subito che notiziario fare: il notiziario flash o quello classico come il radiogiornale RAI? No, il notiziario "fuori", nel senso che scoppia la guerra del Golfo e il giorno dopo la prima notizia che dà Augusto Abbondanza è: - In Italia hanno importato un nuovo marchingegno in grado di raddrizzare le banane -, e solo dopo arriva la guerra nel Golfo. Augusto o lo odi o lo ami e in ogni caso un notiziario così diverso aiuta a distinguere la nostra emittente».

Radio Italia procede sulla sua strada fino al 1984, raccogliendo sempre più consensi: si ascolta in diverse città del Nord, si guadagna l'attenzione degli artisti del panorama musicale nazionale e negli studi cominciano ad arrivare i primi ospiti di nome. A rompere il ghiaccio provvede Loredana Bertè, ma non sono solo motivi di prestigio che la invogliano a visitare Radio Italia. «Era Natale del 1986», dice Volanti, «Tony Vandoni, che adesso lavora alla casa discografica Ricordi, faceva il poliziotto all'aeroporto di Linate e alla sera trasmetteva in radio da me. Tony era un bel ragazzo e a Loredana Bertè piacevano i bei ragazzi: lo conosceva già, e, informata della sua seconda attività, venne in diretta a Radio Italia per poterlo reincontrare».

La radio di solo musica italiana si irrobustisce e anche l'interesse per la musica nazionale aumenta. «Abbiamo scalato un po' per volta la classifica delle radio milanesi», ricorda Volanti, «prima settimi, poi terzi. Cominciavamo già ad avere un minimo di organizzazione, giravano più persone in radio e trasmettevamo sempre in diretta».

Nel 1986 la radio si trasferisce da via San Gregorio a via Felice Casati e il progetto dell'emittente nazionale subisce un'accelerazione: «Mi sono reso conto», racconta Volanti, «che se non partivo io con la proposta di una radio di sola musica italiana che si potesse ascoltare in tutto il Paese, qualcuno mi avrebbe senz'altro preceduto. Oggi infatti Radio Italia conta centinaia di imitazioni e qualche riproduzione anche all'estero; per me è un punto di vanto, ma le prime volte che qualcuno cominciò a trasmettere solo musica italiana, provai un certo fastidio». La vasta pattuglia di emittenti inseguitrici che hanno indossato i panni della musica tricolore è capitanata da Radio Cuore di Firenze e Radio Latte e Miele di Bologna.

A differenza delle altre emittenti nazionali, Radio Italia decide di raggiungere tutto il Paese in parte con un segnale unico diffuso contemporaneamente lungo la penisola da una rete di trasmettitori, in parte rendendo omogenea la programmazione di diverse radio locali. Queste radio si collegano per sei ore al giorno con la sede centrale di Radio Italia ripetendone i programmi e, per il resto della giornata, trasmettono in proprio, ma sempre solo musica italiana secondo lo stile indicato da Volanti. «Per mettere su una mia rete di trasmettitori e diffondere un unico segnale ci volevano i soldi», spiega Volanti, «c'erano problemi di legge, c'erano scelte da fare. Ho mandato in giro dei messaggi che dicevano: - Volete affiliarvi a Radio Italia? Queste sono le condizioni -, e nel giro di poco tempo abbiamo cominciato ad avere le prime adesioni. I partner sono rimasti quelli degli inizi, sono cresciuti tutti insieme, sia come struttura che come mentalità aziendale; dal 1989, piano piano, abbiamo cominciato a collegare tutta l'Italia, e già due anni dopo ci mancavano solo Umbria e Sardegna. Erano tempi difficili», prosegue Volanti, «dovevo tenere in piedi tutto con i soldi che entravano dalla vendita della pubblicità nella sola Lombardia, per cui grandissimi sacrifici, inseguimenti da parte dei direttori delle banche di giorno e di notte, cose che non posso neanche raccontare».

Radio Italia Solo Musica Italiana si diffonde in tutta la penisola e l'industria musicale, i discografici, si accorgono dell'esistenza dell'emittente. «Noi non abbiamo mai chiesto niente alle case discografiche, sono state loro a rivolgersi a noi», dice Volanti. Per una radio che trasmette solo musica italiana l'appuntamento con Sanremo è d'obbligo: «Fin dall'inizio abbiamo seguito il Festival con ore e ore di collegamenti», dice il direttore generale Filippo Broglia «impegnandoci ogni volta di più; negli ultimi due anni ci siamo andati in ventidue e abbiamo affittato un albergo intero per trasmettere in diretta 24 ore su 24».

La preparazione musicale e la competenza tecnica di Volanti hanno facilitato molto le cose: «Mi ero fatto una grossissima esperienza negli studi di registrazione, cantavo, suonavo, facevo dischi ed ero in grado di poter fare il fonico, il creativo, il musicista», spiega Mario. «Se non fosse stato così forse oggi gli ascoltatori non potrebbero sentire i jingle di Radio Italia che, cantati da diversi artisti, sono diventati il principale segno di riconoscimento dell'emittente. Quando mi è venuta l'idea del

jingle», dice Volanti, «lo immaginavo cantato da Gianni Morandi piuttosto che da Eros Ramazzotti; allora era un sogno, adesso è una realtà. Portavamo giù in studio tutti gli artisti nostri ospiti, qualcuno storceva il naso, qualcuno accettava subito, finché è diventato un passaggio obbligato, a tal punto che se non lo facevi registrare ti dicevano: - Ma perché non mi ha fatto cantare la canzoncina di Radio Italia? -. In questo modo sono diventato l'autore più cantato d'Italia, con 150 versioni diverse di questo jingle, che tutti gli artisti hanno interpretato, dai meno noti a Julio Iglesias».

Resta memorabile la prima volta che il cantante spagnolo mette piede a Radio Italia, e non solo per la grande agitazione di Mario Volanti e dei suoi collaboratori: «La sua casa discografica mi aveva raccomandato di fargli trovare un cesto di frutta», racconta l'editore di Radio Italia, «Iglesias arriva e il suo bel cesto gigante di frutta è lì, pronto. Piacere piacere, si accomoda e fa: - È per me questa frutta ? - Sì, è per te - Ma a me non piace la frutta. - Porca miseria! Per una settimana abbiamo mangiato solamente frullati. Poi siamo andati giù nello studio di registrazione e ho chiesto anche a lui di cantarmi il jingle. L'ha fatto, è venuto fuori e mi ha detto: - Mario tu mi devi dare 10 dollari per questa cosa, mi raccomando -».

Ma non sono tutte rose e fiori. «Un giorno mi arriva una telefonata strana», racconta Volanti: «C'è un tale signor Coveri per lei - mi dice il centralino - telefona tutti i giorni ma non la trova mai. - Erano le sei di sera. Sento la voce di un ragazzo giovane: - Guardi, noi vogliamo acquistare una radio, di qua e di là, sappiamo che lei è in contatto con il titolare di questa emittente per inserirla nel suo circuito, ma vorremmo utilizzarla noi... - Mi lasci il numero di telefono e le faccio sapere, gli rispondo - No, no telefono io. - E mette giù. Chiamo il proprietario di questa radio, che è anche un mio amico», continua Volanti, «e mi dice che il tizio gli ha offerto 300 milioni in contanti e che lui gli ha risposto di no, che non ci stava perché era già in trattativa con me. Anzi, visto che l'offerta era esagerata, lui aveva addirittura pensato che fossi stato io per metterlo alla prova. A quel punto ho detto: - Vaffanbagno, ma chi se ne frega! - Questo Coveri ha richiamato almeno 300 volte, ma io mi sono sempre fatto negare. Pensavo che fosse finita lì». Invece non è così...

«Il 16 febbraio 1992, alle 5 del mattino, io dormivo», dice Volanti, «squilla il telefono. - Polizia, c'è stato un incendio, un attentato a Radio Italia, lei è il responsabile? Venga subito. - Ho chiesto se qualcuno si era fatto male... due persone erano state ricoverate in ospedale con un principio di intossicazione da fumo. È stata la mattina più brutta della mia vita: sono arrivato! a Milano che era ancora buio, c'era corso Buenos Aires pieno di macchine della polizia, pompieri, un macello. Sono entrato in radio e non c'era più niente, era bruciato praticamente tutto. Ho avuto un attimo di ammosciamento globale e subito dopo ho sentito come un contraccolpo, una gran forza: dobbiamo ripartire subito, mi sono detto. Sono arrivati tutti», prosegue Volanti, «persone che non vedevo più da anni, ascoltatori; hanno telefonato i discografici, hanno chiamato amici di altre radio mettendo a disposizione le loro emittenti. Alle undici e mezzo stavamo già trasmettendo da un altro studio, quello di Radio Italia Solo Musica Italiana Anni Sessanta, che era nello stesso stabile. Mancavano due giorni alla nostra solita diretta da Sanremo ed eravamo vicini al compleanno della radio». Nella Città dei Fiori si trova già Franco Nisi: «Sono stato svegliato in albergo alle cinque, piangevo come un bambino quando mi hanno dato la

notizia». Il direttore generale Broglia: «Cominciai le trasmissioni con le lacrime agli occhi, mi ricordo che la gente veniva con i soldi, con i dischi». «Di là, in quello studio provvisorio, eravamo un po' sacrificati», aggiunge Volanti, «però gli artisti venivano lo stesso. Mi ricordo la diretta con Pino Daniele, si apre la porta ed entra quello con i caffè: - Eeeh che è, qua entrano pure i caffè in diretta - fa lui».

Più tardi, quando venne informato degli sviluppi di un'inchiesta giudiziaria su un'organizzazione internazionale di riciclaggio di denaro sporco, Volanti ricollegò i fatti. «Questo Coveri parlava per conto di certi mafiosi americani che volevano comprare radio e televisioni per pulire il loro denaro, e avevano contattato due emittenti che stavano trattando con me. - Questo qua ci sta mettendo i bastoni fra le ruote - devono aver pensato, - e noi gliela facciamo pagare. - Siccome per loro non fa differenza una tanica di benzina in più, sono venuti qui e hanno bruciato la radio».

Nel corso degli anni la squadra iniziale di Radio Italia è cambiata di poco: «Io continuo ad andare in onda tutti i giorni», dice Volanti, «non mi sono mai fermato. C'è Augusto Abbondanza che fa il notiziario, Franco Nisi, Francesco Cataldo, Patrizia Rossetti, Francesco Reale con l'oroscopo. Diciamo che la squadra non si è modificata, tutti quelli che sono entrati in radio sono ancora qui».

Gli ultimi cambiamenti a Radio Italia riguardano la filosofia dell'emittente: ci sono meno concerti dal vivo, ne erano stati trasmessi 57 nel 1991 e 58 nel 1992 (e tra di essi quello di Venditti a San Siro). Non solo, da quando si sono aggiunte altre radio che trasmettono esclusivamente musica italiana, Radio Italia si è spostata da una programmazione prevalentemente musicale a una più ricca di interviste, anteprime, notizie; Sanremo e tutte le manifestazioni alle quali la radio collabora vengono completamente "sposate" a livello promozionale e organizzativo. «Radio Italia», dice Volanti, «è sempre di più la radio che fa musica italiana, ma non musica italiana nel senso che manda i dischi e stop, ma che offre tutta una serie di servizi per gli appassionati, per gli artisti, per la discografia. È dal 1989 che siamo una sorta di casella postale degli artisti: se vuoi scrivere a un cantante, scrivi a Radio Italia e noi passiamo la posta a tutti». «Siamo una radio che ha un grande contatto con gli ascoltatori», aggiunge Broglia, «chi conduce si pone sempre come tramite tra la musica italiana (il disco, l'artista) e chi ascolta».

«Per fare questo lavoro ci vuole competenza», sottolinea Franco Nisi: «Esistono due modi per fare la musica in radio: uno, ipersfruttato, è quello giovanilista e di casino. L'altro, poco frequentato, è quello che cerchiamo di percorrere, vale a dire la presentazione attenta e competente. La musica si può anche spiegare: c'è il disc-jockey, cioè il fantino del disco, quello che porta il disco al successo, un ruolo indispensabile... ma quelli bravi sono pochi; c'è quello che studia, che sa anche leggere la musica, e cerca, parlando in modo normale, come si parla nella vita, di far capire che cos'è una canzone, che cos'è il rispetto per un artista che ha trent'anni di carriera sulle spalle».

«Nel mio rapporto col pubblico», aggiunge Nisi, «sento che dall'altra parte c'è qualcuno che si fida perché non ho mai fatto bidoni. Renato Rascel mi diceva - Nel nostro mestiere, noi andiamo più che nelle case della gente. Quando accendi la radio e senti una voce, la persona che parla è seduta in casa tua. Se sei in macchina è seduta

sulla tua macchina. - Per questo, se tu sei quello che parla alla radio, devi avere innanzitutto rispetto per chi ascolta».

A Radio Italia la lezione di Rascel ha dato buoni frutti; dopo aver creduto nella musica italiana anche quando la scarsezza di proposte valide la vedeva in difficoltà nei confronti della musica straniera, l'emittente si è messa al servizio di chi apprezza il made in Italy, non solo in Italia: da pochi mesi il segnale arriva via satellite anche in tutto il mondo.

RADIO CAPITAL

L'ultima di Cecchetto

«Per me l'ideale, lo dico sempre a Claudio, è una piccola grande radio. Un network capace di arrivare ovunque, ma con lo spirito dell'emittente piccola, locale. Non credo nell'elefante, nella radio enorme dove la musica viene scelta dalle case discografiche. La musica deve essere scelta dal disc-jockey, perché altrimenti si distrugge questa palestra di idee che è il mezzo radiofonico».

JOVANOTTI

in onda con: CLAUDIO CECCHETTO
AMADEUS

Solo tre anni fa nel mondo della radio italiana tutto quello che poteva accadere sembrava essere accaduto. In quindici anni le emittenti private sono diventate migliaia: c'è chi naviga in un ambito strettamente locale, chi si rivolge a una platea un po' più ampia, con un segnale che raggiunge più province o addirittura qualche regione, e c'è chi ha costruito vere e proprie aziende su scala nazionale che danno lavoro a decine di persone. Eppure c'è ancora spazio per qualcosa di nuovo.

Quando alla fine del 1994 l'Editoriale *L'Espresso* diventa l'unico proprietario di Radio Dee Jay, Claudio Cecchetto non esce dal mondo della radio: ha una sua carta da giocare. La tiene in serbo fin dal 1989, anno in cui un'emittente molto nota tra i giovani milanesi, Radio Capital Dance All Day, cambia musica: in onda arrivano di colpo solo brani anni Settanta. È Cecchetto che l'ha comprata e ne ha fatto la sua personalissima radio; quasi non le cambia il nome: la chiama Radio Capital, e gli ascoltatori la trovano sulla frequenza dei 93.100 in FM, prima a Milano e poi in tutta la Lombardia.

Il film degli inizi lo abbiamo già visto a Radio Dee Jay. Anche Capital nasce come radio di sola musica, cioè senza conduzione, ed è l'unica su cui si possono ascoltare pezzi come *Get down tonight* di KC & the Sunshine Band oppure *And the beat goes on* degli Whispers. Dopo poco tempo a questi successi anni Settanta si alternano anche quelli del decennio successivo.

Per i primi cinque anni di vita la radio trasmette da via Massena, proprio sotto gli studi della sorella maggiore, Dee Jay. Si fa promozione organizzando in molte discoteche i *Capital Party*, che spesso registrano il tutto esaurito.

Arriviamo al 1994; Capital è una radio specializzata per i giovani, ma non per i giovanissimi; non ha voci, se non quelle ufficiali, che si ascoltano nei jingle della radio e negli spot commerciali. A questo punto la grande rivoluzione.

Persa Radio Dee Jay a Cecchetto non resta che occuparsi esclusivamente di Capital e la radio inizia a cambiare volto. Arriva la prima voce, quella di Fiorellino, seguito da Manuela Doriani, Nikki, Luca Laurenti, Jovanotti, Fiorello e Amadeus, tutti transfughi del piano di sopra: «La mia scelta fu esclusivamente artistica, perché pensai che Claudio poteva creare cose importanti anche in un altro network e quindi gli diedi fiducia», dichiara Amadeus. «Non nascondo di aver fatto fatica a passare da una radio che aveva quattro milioni e mezzo di ascoltatori a una che ne aveva trecentomila: è stato come andare dal Milan alla Salernitana».

Passa un anno e Cecchetto decide di bruciare le tappe acquistando le frequenze che gli permettono di portare la sua nuova radio fino al Centro-Italia. Cambiano tante cose: il nome, che diventa Capital Music Network; la sede, che trova la sua collocazione all'interno del Forum di Assago; e la programmazione musicale, più attenta alle novità del momento.

Capital entra in una nuova fase e Cecchetto dà il via a una serie di sperimentazioni: «La radio deve divertire, ma anche provare nuove strade», dice Jovanotti. «Non si può seguire solo quello che vuole la gente. La radio deve avere una funzione propositiva e presentare ciò che le persone apprezzeranno in futuro, il mezzo deve arrivare prima di chi lo ascolta. Non si può trasmettere soltanto ciò che ti viene richiesto, altrimenti si entra in un circolo vizioso. Bisogna stimolare l'ascolto e farlo crescere proponendogli cose nuove». «All'inizio Capital trasmetteva un'ora di

musica velocizzata», ricorda Amadeus. «Io la trovavo insopportabile, cambiavo canale. Alla fine, però, nel bene o nel male, con un esperimento del genere Claudio è riuscito a far girare il nome della radio».

«Cerco di realizzare una radio di servizio, dove girano più persone», dichiara Cecchetto. «Le emittenti non possono essere portate avanti per tanti anni dagli stessi disc-jockey, perché questi non trovano il tempo di crescere, di studiare, per poi trasferire la loro esperienza all'ascoltatore. Trovo assurdo andare in onda per dire la prima cosa che capita, magari senza senso, quando i nostri clienti pubblicitari si ritrovano intorno a un tavolo, con tutti i loro esperti, e discutono per ore prima di decidere i trenta secondi del loro spot. Bisogna misurare le parole ed essere dei grandi comunicatori».

Partendo da queste regole Cecchetto ha portato in onda personaggi completamente estranei alla radio: Fabio Volo, Il Pittore (di nome e di fatto), un vigile urbano e Cesare Ragazzi. «Fabio Volo era venuto a presentarmi un suo disco», racconta Cecchetto, «ho sentito subito che sapeva comunicare e l'ho messo in onda, nonostante le sue grandi perplessità. Ho messo davanti al microfono un vero vigile urbano e ho trasformato anche Nikki, che era un musicista: ora, quando uno come lui intervista un artista, non inizia dicendogli: - Uella, allora come va? -, ma gli chiede perché il disco è stato realizzato in quel modo e altre cose del genere; è preparato e competente». Dalla tv arrivano Giorgio Mastrota e Wanna Marchi; dal mondo del calcio Stefano Tacconi.

Tra le novità, la più emblematica è quella di Ancelo (la C al posto della G non è un errore di stampa), una parodia del disc-jockey tamarro, diventato il personaggio di punta del network: «È stata una trovata casuale», ricorda Amadeus. «Dietro Dj Ancelo si nasconde un vero e proprio disc-jockey da discoteca che si fa chiamare Miko, vive a Seregno e a Radio Capital ha sempre fatto il regista. Un giorno, passeggiando nei corridoi, sento arrivare da lontano una strana voce: "Ciao bbelli...vaiii racazzi...". Mi avvicino e scopro in uno studio Miko con Nicola Vertigo, un altro della radio, mentre si divertono a riascoltare le voci dei personaggi che avevano registrato per puro divertimento. Chiedo a Miko: - Ma cos'è? - E lui, rosso in volto: - No, niente... sono io che faccio il pirla. - E mette via il nastro. - Cazzo, gli dico, ma con questa roba possiamo andare in onda di pomeriggio!». Pochi giorni dopo Dj Ancelo entra ufficialmente nella squadra degli animatori e insieme con Amadeus conduce il programma *Due Meno Dieci.*

«Per me l'ideale, e lo dico sempre a Claudio, è una piccola grande radio», dichiara Jovanotti. «Un network capace di arrivare ovunque, ma con lo spirito dell'emittente piccola, locale. Non credo nell'elefante, nella radio enorme dove la musica viene scelta dalle case discografiche. La musica deve essere scelta dal disc-jockey, perché altrimenti si distrugge questa palestra di idee che è il mezzo radiofonico. Io confido nella gente che fa questo mestiere per passione, come Claudio: ed è per questo che punto su di lui».

Radio Capital nel 1995 taglia il traguardo del mezzo milione di ascoltatori al giorno, ma perde Amadeus: «Col passare del tempo, sono nate delle incomprensioni tra me e Cecchetto», dice Ama, «e il rapporto di lavoro si è interrotto. Quando ho iniziato a fare televisione la radio si è trasformata in un vero sbattimento. Arrivavo

negli studi di Capital cinque minuti prima di andare in onda e due minuti dopo la trasmissione ero già in macchina. Non sono fatto per gli stress e per una radio non vissuta: mi piace arrivare mezz'ora prima del programma per studiare bene gli argomenti da trattare in onda. Ma non è tutto», continua Amadeus, «volevo provare anche esperienze televisive che Claudio non condivideva, come Buona Domenica o Campioni di Ballo, e allora ho deciso di andarmene. Cecchetto, comunque, è stato uno dei pochi che negli ultimi dieci anni mi ha insegnato qualcosa».

Prima di Amadeus anche Fiorello aveva scelto di staccarsi da Cecchetto per intraprendere un cammino artistico completamente autonomo e alla fine del 1996 abbandona la radio anche Manuela Doriani. Da Videomusic arrivano Alberto Lorenzini e Gianfranco Monti per condurre *Radiokommando* e Marco Mazzoli va ad affiancare Dj Ancelo nel programma *Due Meno Dieci* rimasto orfano di Amadeus.

Jovanotti, che per ragioni artistiche va e viene dalla radio, appena trova il tempo non si lascia sfuggire l'occasione di utilizzare il microfono: «Andavo in radio il lunedì, dalle 23 alle 2, il programma si chiamava *Soleluna*», ricorda Jovanotti. «Con la mia band suonavo pezzi dal vivo. Avevamo un solo microfono piazzato di fronte a noi, eravamo liberi, e l'atmosfera che si creava era unica. Io non sognavo di fare spettacolo nella mia vita», prosegue Jovanotti «però avevo dentro tanta energia. Il fatto di poterla tirare fuori grazie a un microfono piazzato in un luogo che nessuno vede è stata una cosa fondamentale, decisiva nella mia formazione. La radio mi ha dato coraggio e grazie a lei ho conosciuto... tante ragazze: il fatto che loro non mi vedessero mi ha fatto vincere la timidezza».

La scorsa estate Radio Capital, sulla scia di altre emittenti, ha trasferito i suoi studi nel centro di Riccione, in viale Ceccarini, per una lunga diretta estiva. «Dal primo gennaio al 31 dicembre le giornate sono tutte uguali», sostiene Cecchetto, «e... quando arriva il periodo delle vacanze, anche i disc-jockey dicono: - Ah che caldo, finalmente le ferie! - Ma l'estate per noi dovrebbe essere il periodo di alta stagione non di bassa, perché tutti sono in macchina, in spiaggia, al sole; la gente guarda meno la televisione e legge meno giornali. Lo so anch'io che fa caldo, ma quello è il momento clou, e bisogna martellare maggiormente: ecco perché ho portato la radio al mare».

Anche a Radio Capital Claudio Cecchetto non ha perso l'antica abitudine di produrre dischi di successo (firma ancora le produzioni degli 883 di Max Pezzali), così come non ha perso il gusto di sorprendere: pochi giorni prima della fine del 1996, c'è un ritorno al futuro con l'annuncio della vendita di Radio Capital a *L'Espresso*, la stessa azienda che due anni prima aveva accusato di avergli piano piano sottratto Radio Dee Jay. «Sono cambiati gli interlocutori del gruppo editoriale cui avevo venduto la mia prima radio e questo mi ha permesso di riavvicinarmi», dichiara Cecchetto. «Ero diventato l'editore di me stesso perché costretto, non per il piacere di farlo: non trovavo nessuno disposto a produrmi e allora ho fatto tutto per conto mio. Ora basta, torno al mio antico mestiere, lavoro per la società de L'Espresso che adesso possiede sia Radio Capital che Radio Dee Jay. Non ricopro un ruolo preciso, sono soltanto me stesso, sono Cecchetto e basta. Potrei fare il consulente di ambedue le emittenti, anche se queste mantenessero ognuna il proprio direttore artistico».

Nel frattempo Capital continua a trasmettere e sperimentare ogni giorno. La sua è una storia breve, in alcuni momenti anche intensa, come quella di tante altre radio che verranno. Una storia ancora tutta da scrivere. Buon lavoro a chi vorrà farlo.

Ringraziamenti

Desideriamo ringraziare: Maurizio Modica per averci aperto tante porte, Rossana Lacala per la prima lettura, le critiche e le correzioni, Daniela Ducoli per i dubbi e le certezze disseminate lungo il cammino di questo lavoro, Edoardo Hazan e Guido Furla per il materiale storico e fotografico.
E poi Roberto Arcado, Stefano Monticelli, Roberta Mani, Cristina Buzzi, Annibale Grasso, Gilberto "Gibba" Penza, Davide Alianiello, Luca Dondoni, Lina Pintore, Graziella Lopedota, Luciano Marioni, Michele Ernandes, Susanna Guzzi, Anne Marie Bettendorff, Daniela Boltin, Roberta Albertini, Paolo Grandolini, Luigi Bacialli, Antonio Lucianelli, Gianluca "Tezzuia" Caracozzi, Vincenzo Dolce, Massimo Minoli, Pierluigi Maestroni, Marcella Casari.

Bibliografia

Sulle prime radio libere

Paolo Hutter
Piccole antenne crescono
Documenti, interventi e proposte sulla vita delle radio di movimento
SAVELLI 1978

Giuseppe Macali
Meglio tardi che Rai
La fine del monopolio radiotelevisivo in Italia attraverso la storia della prima radio libera di sinistra: Canale 96
SAVELLI 1977

Sugli sviluppi recenti

Barbara Fenati
Fare la radio negli anni '90
NUOVA ERI 1993

Enrico Menduni
La radio nell'era della TV
Fine di un complesso d'inferiorità
IL MULINO 1994

AA. VV. La Radio
Storia di sessant'anni
1924/1984 ERI 1984

Sul mercato pubblicitario

Costantino Jannacone La radio
Un medium vincente
LUPETTI 1996

Sulle radio pirata

Raffaele Barberio
L'antenna promessa
L'emittenza radiofonica locale in Gran Bretagna
ERI 1984

Emanuele e Manfredi Vinassa De Regny
I segreti della radio
MONDADORI 1976

Simon Frith
Sociologia del rock
UNIVERSALE ECONOMICA FELTRINELLI 1982

Sulla radio negli Stati Uniti e nel Regno Unito

Peter Fornatale & Joshua E. Mills Radio
In The Television Age
THE OVERLOOK PRESS 1980

Local Radio Workshop Nothing Local about it Londons' Local Radio
COMEDIA PUBLISHING GROUP 1983

Da leggere assolutamente

Rudolph Arnheim
La Radio
L'arte dell'ascolto
EDITORI RIUNITI 1987

Massimo Cirri e Sergio Ferrentino
Via Etere
UNIVERSALE ECONOMICA FELTRINELLI 1989